جـامـعـة الـشـرق الأوسـط
MIDDLE EAST UNIVERSITY
Amman - Jordan

تقييم قادة الرأي في الأردن لدور إذاعة " هلا " في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن

The Evaluation of Public Opinion Leaders in Jordan of the Role taken by "Radio Hala" in Promoting the Value of Country Defense

إعداد

سيف الله علي أبو حواء

إشراف الدكتور

كامل خورشيد مراد

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

قسم الإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

أيار/ 2017

التفويض

أنا الطالب **سيف الله علي أبو حواء**، أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً، وإلكترونيا، للمكتبات أو المنظمات أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: سيف الله علي أبو حواء

التاريخ: 23 / 5 / 2017م

التوقيع:

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها " **تقييم قادة الرأي في الأردن لدور إذاعة هلا في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن**".

وأجيزت بتاريخ: **2017/5/23**م

أعضاء لجنة المناقشة:

الرقم	الاسم	الصفة	التوقيع
-1	د. كامل خورشيد	مشرفاً	
-2	د.رائد البياتي	عضواً من داخل الجامعة ورئيساً	
-3	أ.د عبدالرزاق الدليمي	عضواً من خارج الجامعة ومناقشاً خارجياً جامعة البتراء	

الإهداء

قال تعالى: {وَوَصَّيْنَا الْإِنسَانَ بِوَالِدَيْهِ إِحْسَانًا ۖ حَمَلَتْهُ أُمُّهُ كُرْهًا وَوَضَعَتْهُ كُرْهًا ۖ وَحَمْلُهُ وَفِصَالُهُ ثَلَاثُونَ شَهْرًا ۚ حَتَّىٰ إِذَا بَلَغَ أَشُدَّهُ وَبَلَغَ أَرْبَعِينَ سَنَةً قَالَ رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَصْلِحْ لِي فِي ذُرِّيَّتِي ۖ إِنِّي تُبْتُ إِلَيْكَ وَإِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ (15)} صدق الله العظيم. سورة الأحقاف

أُهدي هذا الجهد المتواضع إلى اصدق الرجال واحن الأمهات والدي الكريمين اللذين طالما أضاءا لي شموع الأمل في عتمة طريق الحياة ..... وتحملا أعباء الزمان ورسما لي طريق العلم والحياة رضاً وحباً وعطفاً. وانتظرا الأماني التي رسماها وكانا خير سند لتحقيق هذا النجاح.

إلى أحبائي ... الذين يضيؤن حياتي ... ويملؤونها شوقاً وفرحاً ......

إلى شمعة بيتنا ..... إلى من ويملؤونها بالحياة ..... والسعادة والأمل ......

إلى من يترقب هذه اللحظة بالدقائق والثواني إلى أحب الناس ....

إلى من ساندني وشجعني ويساهم في نجاحي ....

أمي .... أبي

شكر وتقدير

قال رسول صلى الله عليه وسلم: (لَا يَشْكُرُ اللَّهَ مَنْ لَا يَشْكُرُ النَّاسَ) وقال عليه الصلاة والسلام: (مَنْ صَنَعَ إِلَيْكُمْ مَعْرُوفًا فَكَافِئُوهُ، فَانْ لَمْ تَجِدُوا مَا تُكَافِئُونَهُ فَادْعُوا لَهُ حَتَّى تَرَوْا أَنَّكُمْ قَدْ كَافَأْتُمُوهُ)

بداية أقدم عظيم شكري وامتناني للدكتور الفاضل كامل خورشيد الذي قام بالإشراف على هذه الرسالة، والذي ساهم في مساعدتي ولم يبخل علي من علمه، وما قدمة لي من نصائح لإنجاز هذه الرسالة، فشكراً هي اقل تقدير لكم سيدي.

كما ويسعدني أن أتقدم بجزيل شكري وامتناني لأساتذتي الأفاضل في قسم الصحافة والإعلام بجامعة الشرق الأوسط، والذين ساهموا في مساعدتي ولم يبخلوا علي من علمهم، وعاملوني كأبنٍ لهم، الاستاذ الدكتور عزت حجاب، والاستاذة الدكتورة حميدة سميسم، والدكتور صباح ياسين، والدكتور رائد البياتي ، والدكتورة عالية ادريس، والدكتورة سارة ناصرالدين، ولكل الاساتذة المحترمين في هذة الجامعة الموقرة.

كما أتقدم بالشكر إلى الأساتذة الكرام رئيس وأعضاء لجنة المناقشة، الذين تحملوا عناء قراءة هذه الرسالة ومناقشتها وإثرائها من علمهم، وهم:

والشكر الجزيل والموصول إلى زملائي في مديرية التوجية المعنوي والى العقيد الركن سامر الفاخوري اذاعة هلا، على مساعدتهم وتسهيل العقبات أمامي لإنجاح هذا العمل.

كما وأشكر الصديق عدي قاقيش على تقديم المساعدة في انجاز هذا العمل.

كما اشكر كل من قدم لي المساعدة والدعم والنصيحة أثناء مرحلة الدراسة وإعداد الرسالة.

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

فهرس الملحقات

تقييم قادة الرأي في الأردن لدور إذاعة هلا في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن

إعداد

سيف الله علي ابو حواء

إشراف

الدكتور كامل خورشيد مراد

الملخص

هدفت هذه الدراسة للوقوف على تقييم قادة الرأي في الأردن لأداء إذاعة هلا اف أم الأردنية في تعزيز قيمة الولاء والدفاع عن الوطن، عبر برامجها المنوعة، ومدى إسهام الإذاعة في تعزيز هذه القيم، والأساليب التي تتبعها الإذاعة في تقديم هذه القيم.

ولتحقيق أهداف الدراسة، اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي، باعتباره المنهج الملائم للتعرف على آراء المبحوثين من قادة الرأي في المجتمع الأردني والمكونة من (الوزراء والأعيان والنواب وقادة الرأي في الوسط الإعلامي من صحفيين ومحررين والأكاديميين والأساتذة في الجامعات الحكومية الأردنية ووجهاء العشائر)، واستخدم الباحث أداة المسح (الاستبانة) لجمع البيانات، وقد تم اختيار العينة بطريقة العينة العشوائية الطبقية، وتكونت العينة من (361) مفردة.

كما وأظهر التحليل الإحصائي:

1. حيث حققت درجة الرضا عن أداء إذاعة هلا في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن على المرتبة الأولى في جميع مجالات الدراسة وبمتوسط حسابي بلغ (3.12) وبدرجة متوسطة.
2. كما أن القناة تركز على حب الوطن ضمن برامجها اليومية حيث حصلت على المرتبة الأولى في مجال "أساليب إذاعة "هلا " في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية"، بينما حصلت تعرف المواطن بمفهوم الولاء والدفاع عن الوطن على المرتبة الأخيرة في هذا المجال.

3. كما أن استخدام إذاعة هلا لموقع إلكتروني يبث المعلومات التي تعنى بتعزيز القيم الوطنية والدفاع عن الوطن على المرتبة الأولى في درجة تحقيق الإشباعات لدى قادة الرأي، بينما اعداد تقارير توضح ايجابيات الدفاع عن الوطن والمواطنة لم تنل درجة اشباع كبيرة لدى الفئة المبحوثة وحصلت على المرتبة الأخيرة.
4. ويرى قادة الرأي أن الإذاعة تعمل على توجيه المواطن لحب الوطن والدفاع عنه وحصلت على المرتبة الأولى في مجال رضا الفئة المبحوثة، في حين يرى قادة الرأي تغطية الإذاعة للأحداث التي تعزز من حب الوطن لم تكن بالمستوى المطلوب حيث حصلت على المرتبة الأخيرة في هذا المجال.
5. بينما لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \le 0.05$) في دور إذاعة هلا في تعزيز القيم الوطنية من وجهة نظر قادة الرأي تُعزى للمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب) حيث لم تصل قيمة "F" لمستوى الدلالة الإحصائية، وهذا يدل على تقارب وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول دور إذاعة هلا في تعزيز القيم الوطنية بغض النظر عن متغيراتهم الشخصية والوظيفية.

الكلمات المفتاحية : قادة الرأي، إذاعة "هلا "، قيمة الدفاع عن الوطن .

The Evaluation of Public Opinion Leaders in Jordan of the Role taken by "Radio Hala" in Promoting the Value of Country Defense

Study Done By: Saifullah A. Al-Shurman

Supervisor: Dr. Kamel khurshid Murad

Abstract:

The aim of this research is to shed the light on the evaluation taken by public opinion leaders in Jordan to the performance of the Jordanian radio broadcast " Hala FM" in promoting the value of loyalty and country defense. It also aims on knowing (exploring) how radio Hala evaluated loyalty and country defense through its different programs, also knowing the extend of the role of radio Hala in promoting the values of defending the country and citizenship. As well as the aim of knowing the national values provided by Radio Hala to the Jordanian community and the methods used to provide these values.

To achieve the aims of the research, the researcher depended on using the descriptive approach considering it a suitable method to know the opinions of the respondents (sample receiving the study). The researcher used a survey to collect information. The sample was chosen in a stratified random of 361 individual of the leaders of public opinion in Jordan consisting of (Ministers, senators, deputies, and leaders of public opinion in the field of media such as journalists, editors, academics and professors of the governmental universities, and tribe leaders.

The statistical analytics results are as following:

1. The degree of satisfaction on the performance of "the role of Radio Hala in promoting the value of the country defense and citizenship" where it got 1st place in all aspects of the study with (3.12) as whole and to a medium degree.

2. The broadcast focuses on patriotism in its daily programs where it got 1st place in the field of "the methods used by Radio Hala in promoting the value of country defense and citizenship" while citizens knowing the concepts of loyalty and country defense got the last place in this field.
3. The use of "Radio Hala" to the website broadcasts information that promotes the national values and country defense got the first place in the degree of satisfaction for the leaders opinion while preparing reports emphasizing positives of country defense and citizenship got a law degree on the sample with the last place
4. The leaders of public opinion see that the broadcast works on guiding citizens to patriotism and defending it and this got the first place in the field of satisfaction of the sample which the public opinion leaders see the broadcast's coverage for the events that promotes patriotism did not reach the desired level in which it got the last place in the field.
5. There were no statistically significant differences at the level of significance ($\alpha \leq 0.05$) in the role of Radio Hala in promoting the national values; from the PO leaders' point of view, it is attributed to changes such as (age, academic degree and position) where the value of "F" did not reach the statistical significance level. This indicates the convergence of the point of views of the individuals of the sample in the research on the role of promoting the national values despite their personal and functional variables.

Keywords: Public Opinion Leaders,"Radio Hala", the Value of Country Defense.

الفصل الأول

مقدمة عامة للدراسة

المقدمة::

يؤدي الإعلام دورًا بارزًا في زيادة وعي أفراد المجتمع بذاتهم؛ فهو من ناحية يعكس ثقافة المجتمع وهويته، ومن ناحية أخرى يشكل أحد أهم العوامل التي تسهم في تحديد موقف المواطن تجاه نفسه وموقفه تجاه الآخرين وتفسيره للظواهر المختلفة .

لذلك فقد كانت وسائل الإعلام، ومازالت، تمثل أحد أدوات الضبط الاجتماعي الذي تمارسه السلطة تجاه مواطنيها. كما ويعد الإعلام في جميع الدول من الركائز الأساسية للدولة، وأيضاً عامل مهم في المساعدة على الأمن والاستقرار دخلها، وهي وسيلة للتواصل بين الدولة والمواطن، ومن خلالها تقوم الدول بشرح وجهات نظرها للمواطنين فيها.

وينظر الى الإعلام في الأردن كإحدى وسائل التواصل بين الدولة والمواطن، كما وتساهم في تعزيز قيم الدفاع عن الوطن لدى المستمعين، و"إذاعة هلا أف إم" هي إحدى *إذاعات القوات المسلحة الأردنية– الجيش العربي الناطقة باللغة العربية والتي بدأت بثها في عام 2010، الموجهة للمواطن الأردني والتي تقوم بدورها في نشر البرامج المتنوعة التي تساهم في رفع الروح المعنوية لدى المستمع في تعزيز قيم المواطنة والدفاع عن الوطن بأشكال مختلفة.

وادت الثورة الهائلة لتكنولوجيا المعلومات والمحطات الفضائية المتنوعة، فضلاً عن ظهور العديد من مواقع التواصل الاجتماعي جعل جيل الشباب عُرضة للتجاذبات الفكرية و السياسية التي جعلت مفهوم المواطنة مشوشًا وملتبسا بل غامضا لدى البعض .

---

*هي إذاعات تابعة لمجموعة الراية الإعلامية التي تمتلكها القوات المسلحة الأردنية – الجيش العربي، ومنها إذاعة جيش اف ام وراديو بليس.

إن الملامح العامة للشخصية الوطنية، لأي شعب من الشعوب، يمكن التعرف اليها من خلال قراءة عناصر تكوينه اجتماعيا وثقافيا وقيميا واقتصاديا مع الأخذ بعين الاعتبار الجانب التراثي، بكل ما يتضمنه من قصص وأدب وفلكلور وأمثال شعبية .. وحتى «أساطير» اجتماعية، ارتبطت بمراحل النمو المجتمعي الأولى وبالتالي فهي تعتبر ظاهره طبيعية ومعروفة تعيشها جميع شعوب العالم وبدون استثناء (ناصر،2002، 33).

والشعب الأردني، كأي شعب منجز، مر بمراحل تطور طبيعية، صاغت ملامح شخصيته الوطنية، وواجه كذلك، جملة من التحديات والتحولات، والتي شكلت بعضا من ملامحه، خصوصا عندما تفاعل معها، بجدية ودأب من خلال الاستجابة الواعية، المدركة لأهمية الحفاظ على المنجزات والبناء عليها، واحتواء المتغيرات ضمن الإطار العام الثقافي – الاجتماعي للأردنيين.

ومن المتغيرات التي مر بها الأردن حاله حال باقي دول المنطقة، بما يسمى بالربيع العربي، حيث عمل الإعلام الأردني على امتصاص غضب المواطنين والمساهمة في حفظ أمن بلادهم، وهذا كان حال إذاعة هلا إحدى الإذاعات الأردنية المندرجة تحت مظلة الإعلام العسكري الأردني، التي ساهمت في حفظ أمن واستقرار البلد والمطالبة السلمية والمشروعة، وكذلك المحافظة على الممتلكات العامة للدولة التي هي ملك للجميع وليست لأحد بعينة، وأن أي أعمال تخريبية ستضر بالجميع وهو من يتحمل تبعياتها.

وكون وسائل الإعلام اليوم أصبحت أحد أهم المكونات الأساسية المُتحكِّمة في حياة الإنسان، فالإعلام يؤدي بأشكاله المختلفة وبأساليبه المتنوعة (المسموع منها والمرئي والمقروء والإلكتروني) دورا مهما وحيويا في تشكيل الرأي العام وفي تغيير السلوك والاتجاه لدى أفراد المجتمع والتأثير على منظومة القيم والمبادئ التي يعتنقها الإنسان (رمزي،2004،15-16)، الأمر الذي يستدعي توظيفها لخدمة القضايا الوطنية، لهذا فإن دورا كبيرا يقع على وسائل الإعلام الأردنية في تعزيز

وترسيخ عناصر الوحدة الوطنية وتعزيز الانتماء وتشكيل الهوية الوطنية، فوجود أجهزة إعلام قوية وفاعلة ذات إحساس وطني صادق سيكون قادرا على خلق الروح الوطنية وذلك من خلال وصول الإعلام السريع للمجتمع والتأثير في اتجاهاته وآرائه.

ويمتلك الأردن كباقي الدول العالم إعلاماً يعمل على تواصل أفراد الشعب مع الدولة، خاصة وأن الأردن يعيش في إطار منظومة عربية وإقليمية تشهد أوضاعا متقلبة وساخنة وما ينتج عنه من الحاجة إلى غرس حب الوطن والتمسك به بعيداً عن الإملاءات والمصالح الشخصية، حيث تقوم وسائل الإعلام بدور هام بتزويد الأفراد بالمعارف والمعلومات حول مختلف القضايا، وهذا ما يجعل لديها المقدرة على الإسهام لترسيخ القيم الوطنية وفهم معنى المواطنة الحقيقية لدى جميع شرائح المجتمع الأردني.

وإذاعة هلا اف ام هي أحدى أكثر الإذاعات المنتشرة في جميع أنحاء المملكة الأردنية الهاشمية، وتعد من ضمن القنوات الأولى الأكثر متابعة بحسب احصاءات "إبسوس"، حيث تتبع الإذاعة إلى القوات المسلحة الأردنية الجيش العربي. (إذاعة هلا)

ويعتبر قادة الرأي في الأردن هم الفئات المجتمعية التي لها تأثير واضح في المجتمع سواء مجتمعيا أو في السياسة الداخلية للدولة وغيرها من هذه الأمور ويمكننا تصنيفهم بـ(الوزراء السابقين والحاليين والنواب السابقين والحاليين والهيئات الأكاديمية في الجامعات الأردنية ووجهاء العشائر، والصحفيين والإعلاميين في الأردن).

ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتلقي الضوء على تقييم قادة الرأي في الأردن لدور إذاعة هلا في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن.

مشكلة الدراسة:

نظراً لما يحيط الأردن من ظروف جيو- سياسية وما تتطلب المرحلة الحالية من حشد الطاقات والتعبئة الجماهيرية للنهوض بما يتطلب الموقف الوطني من استعدادات ومتطلبات تعزز الانتماء الوطني والقيم الايجابية، فإن فكرة هذا البحث تولدت من أهمية معرفة دور وسائل الإعلام للقيام بهذه المهام.

ونظراً لكون أذاعه هلا التابعة للقوات المسلحة الأردنية احد الأذرع الإعلامية الوطنية فإن مشكلة هذه الدراسة نبعت من أهمية استجلاء آراء وتقييم قادة الرأي في الأردن ، وهم من النخب السياسية والأكاديمية والاجتماعية، للدور التوعوي لهذه الإذاعة في ترسيخ أحد ركائز تماسك المجتمع وحجته الوطنية ، وهي قيمة الانتماء والدفاع عن الوطن في الوضع الدولي الراهن من خلال إثارة السؤال الآتي: ما تقيم قادة الرأي في الأردن دور إذاعة "هلا" في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة من أهمية الموضوع نفسه، حيث أن الوضع الداخلي الأردني يتطلب حشد جميع الطاقات والإمكانات المتوفرة للدفاع عن الوطن للمساهمة في البناء والأعمار.

وكما هو معروف فإن الأردن بحكم موقعة الجيو- سياسي محاط بظروف بالغة التعقيد وبؤرة ساخنة من كل الأطراف الأمر الذي يشكل تهديد قائم للأمن الوطني في المدى المنظور .

ولما كانت وسائل الإعلام في دول مثل الأردن مطلوب منها أن تنهض في مثل هذه الظروف نهضة تنموية وحضارية لبناء الإنسان وإصلاح المجتمع فإن وسائل الإعلام في الأردن الخاصة

والعامة ينبغي أن لا تخرج من هذا الإطار وان تكون الذراع الأيمن للنظام السياسي القائم في الدفاع عن الوطن وترسيخ قيم الانتماء والولاء.

وبالنسبة للقوات المسلحة الأردنية ذات التاريخ العريق لا يقتصر وجودها على مسائل فنية وتعبويه وعسكرية تتمثل في الدفاع عن الوطن فحسب بل أن الدور المناط بهذه القوات تجاوز هذه المهام إلى ما هو تعبوي وتنموي.

وتشكل إذاعة هلا احد الواجهات المهمة للقوات المسلحة الأردنية وهي تمارس دوراً إعلامياً مناطاً بها لذا فان الوقت على تقييم هذا الدور أصبح مسالة ملحة وضرورية وخاصة إذا جاء هذا التقييم من قبل النخب الواعية وقادة الرأي في الأردن فهم الفئة الأكثر تشخيصاً وتعريفاً لهذا الدور.

أهداف الدراسة:

ينصب الهدف الرئيس من هذه اهتمام الدراسة على إظهار دور(إذاعة هلا) في تعزيز الهوية الوطنية والدفاع عن الوطن.

1. معرفة مدى إسهام إذاعة هلا في تعزيز قيم الدفاع عن الوطن والمواطنة وكيف تقدم برامجها المنوعة من وجهة نظر الفئة المبحوثة.
2. تحديد القيم الوطنية التي تقدمها إذاعة هلا للمجتمع الأردني من وجهة نظر الفئة المبحوثة.
3. بيان الأساليب التي تتبعها إذاعة هلا في تقديم هذه القيم من وجهة نظر الفئة المبحوثة.
4. معرفة درجة رضا الفئة المبحوثة عن أداء إذاعة هلا في هذا المجال.
5. **الوقوف على الإشباعات التي حققتها إذاعة هلا للجمهور الأردني من وجهة نظر الفئة المبحوثة.**

أسئلة الدراسة:

إن السؤال الرئيسي لهذه الدراسة يتمثل في : كيف تقدم إذاعة هلا قيم الولاء والدفاع عن الوطن عبر برامجها المنوعة من وجهة نظر قادة الرأي في المملكة الأردنية الهاشمية؟

ويتفرع عن هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية:

1. كيف تساهم إذاعة هلا في تعزيز قيم الدفاع عن الوطن والمواطنة وما القيم الوطنية التي تقدمها الإذاعة؟
2. ما الأساليب التي تتبعها إذاعة هلا في تقديم هذه القيم من وجهة نظر الفئة المبحوثة؟
3. ما درجة رضا الفئة المبحوثة عن أداء إذاعة هلا في هذا المجال؟
4. ما الإشباعات التي حققتها إذاعة هلا للجمهور الأردني من وجهة نظر الفئة المبحوثة؟
5. هل توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في تحديد دور إذاعة هلا في تعزيز القيم الوطنية تعزى لمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، الوظيفة) من وجهة نظر الفئة المبحوثة؟
6. هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في تحديد الإشباعات من قبل اذاعة هلا لجمهورها من قادة الرأي تعزى لمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، الوظيفة)؟
7. هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في اساليب اذاعة هلا في تقديم القيم من وجهة نظر المبحوثين تعزى لتغيرات (السن، التحصيل العلمي، الوظيفة)؟
8. هل توجد فروق ذات دلالة احصائية بين قيم الوطنية التي تقدمها اذاعة هلا والاساليب التي تتبعها من وجهة نظر المبحوثين تعزى لمتغيرات (السن، والتحصيل العلمي، الوظيفة)؟

حدود الدراسة:

نفذت هذه الدراسة ضمن الحدود الآتية:

- الحدود الجغرافية: مدينة عمان (العاصمة).
- الحدود التطبيقية: قادة الرأي في مدينة عمان من وزراء واعيان ونواب وأساتذة جامعات وصحفيين ووجهاء المجتمع.
- الحدود الزمنية: في الفترة من 2016/12 إلى 2017/4

محددات الدراسة:

تتحدد تعميم نتائج هذه الدراسة بالآتي :

1 -دلالات صدق الاستبانة وثباتها التي سيصممها الباحث لأغراض هذه الدراسة.

2 -صدق المبحوثين وجديتهم على استبانة الدراسة.

3 -طبيعة المراجع التي تتناول هذا الموضوع .

مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية:

1. **الدور:** هو ما يقوم به الفرد في جماعة او موقف اجتماعي، كما عرفه رويتز" بأنه :"وضيفة الفرد في الجماعة أو الدور الذي يؤديه الفرد في جماعة أو موقف اجتماعي". (الهاشمي ونصرالدين، 2003 ، 265) كما يعرف على انه هو ما يشير إلى معايير السلوك أو القواعد التي تحكم وصفاً معيناً في البناء الاجتماعي أو الوظيفي أو الأداء الذي يقوم به الإعلام بالنسبة للجمهور في مجالات مختلفة.(البياضي،21،2013).

ويقصد به إجرائياً: هو ما تقوم به إذاعة هلا (التابعة للقوات المسلحة الأردنية) في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن من خلال ما تقدمه هذه الإذاعة بتزويد الأفراد بالمعارف والمعلومات حول مختلف القضايا، التي تساهم في تعزيز هذه القيمة.

2. **المواطنة:** هي صفة المواطن الذي يتمتع بالحقوق ويلتزم بالواجبات التي يفرضها عليه انتماؤه إلى الوطن فالمواطنة هي الشعور بالانتماء والولاء للوطن وللقيادة السياسية ومن أخطر التحديات التي تواجه بناء المجتمع الداخلي وتؤثر في وحدته الوطنية ويجب على المواطن أن يكون ولاؤه للوطن لا للهويات الفرعية، وهذا لا يتحقق سوى من خلال إحساسه بأن الدولة وليست الطائفية أو القبلية هي مصدر الثواب والعقاب والمانحة والمانعة له الأمر الذي يعني الحد من هيمنة أي منهم فكرا وسلوكا على أفراد الشعب، (الجمعية الكويتية للعمل الوطني)،كما تعرف المواطنة كذلك بأنها: العلاقة بين الفرد والدولة التي تتحدد من خلال القانون.

ويقصد بها إجرائياً: انه شعور داخلي أو صفة أو ارتباط أو انتساب تتحلى به الفئة المبحوثة من قادة الرأي بوطنهم الأردن، وما يعنيه هذا الشعور من حب الوطن وشعبه والشعور بالوحدة الوطنية والمحافظة على مكتسبات الوطن ومدخراته وعلى الأمن وتقديم المصلحة الوطنية على المصلحة الشخصية.

3. **القيم:** يرى علماء الاجتماع أن عملية التقييم تقوم على أساس قياس ما يتجه له المجتمع من وسائل وإمكانيات، وفي القيم عملية انتقاء مشروط بالظروف المجتمعية المتاحة، فالقيم بحسب تعريف العديد من علماء الاجتماع (مستوى أو معيار، للانتماء من بين بدائل أو ممكنات اجتماعية متاحة أمام الشخص الاجتماعي في الموقف الاجتماعي). (عبد المعطي،1990، 257).

ويقصد بها إجرائياً: أنها معايير، وأسس متعارف عليها ضمن المجتمع الواحد، وتُشير إلى مستوى الانتماء والشعور بالوطنية والهوية وإلى طرق تعامل الأفراد معاً، والموافقة على السلوك المقبول، ورفض غير المقبول.

4. **القيم الوطنية:** مجموعة من القيم التي تعكس الشعور بالهوية الوطنية والانتماء للوطن، وتساهم في إعداد الفرد تجاه وطنه والمشاركة السياسية داخل المجتمع كالديمقراطية والشورى والطاعة والعمل والعدل والتضحية.

ويقصد بها إجرائياً:مجموعة من القيم تخص المجتمع الأردني كالانتماء وحب الوطن والولاء للقيادة الهاشمية، والمشاركة السياسية، والالتزام بالقوانين والأنظمة، واحترام العادات والتقاليد والإرث الوطني.

5. **التقييم** : بحسب الدراسات الإعلامية فإن تعريف التقييم في معجم المعاني هو قياس فاعلية حملة إعلانية أو إعلامية لمعرفة مدى تأثيرها. (مصطفى،2006 ، 79).

ويقصد بها إجرائياً في هذه الدراسة: هو معرفة قياس فاعلية إذاعة " هلا " في دورها في تعزيز القيم الوطنية والدفاع عن الوطن .

6. **قادة الرأي:**قادة الرأي يضم زعماء المجتمع والأكاديميين والمثقفين، والسياسيين، كل منهم في الإطار الذي يعمل به، ويعملون على التأثير في رأي الجماهير والمتلقين يؤشرون ببوصلّتهم إلى مجمل القضايا التي تشغل بالهم وتصب في اهتماماتهم السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية..

ويقصد بها إجرائياً في هذه الدراسة: هم قادة الرأي الأردنيين في مدينة عمان من (الوزراء والأعيان والنواب وقادة الرأي في الوسط الإعلامي من صحفيين ومحررين والأكاديميين والأساتذة في الجامعات الحكومية الأردنية ووجهاء العشائر)،

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

أولا : الإطار النظري :

يقصد بنظريات الإعلام خلاصة نتائج الباحثين والدارسين للاتصال الإنساني بالجماهير بهدف تفسير ظاهرة الاتصال والإعلام ومحاولة التحكم فيها والتنبؤ بتطبيقاتها وأثرها في المجتمع ، فهي توصيف النظم الإعلامية في دول العالم .

نظرية الأجندة (Agenda Setting Theory):

أشار الدليمي (2016، ص187) إلى أن أصول نظرية الأجندة تعود إلى الباحث (ولتر ليبمان) ومضمون هذه النظرية يشير إلى أن هناك علاقة طردية موجبة بين درجة تركيز وسائل الإعلام على قضية من القضايا، وبين درجة اهتمام الجماهير لتلك القضية، ومنطلق هذه النظرية أن وسائل الإعلام للها تأثير كبير في تركيز انتباه الجمهور نحو الاهتمام بموضوعات وأحداث وقضايا معينة، وطرح رؤى تراعي المساواة في النوع يمكن أن تؤدي إلى اهتمام الجمهور بهذه القضايا.

تعد نظرية الأجندة إحدى النظريات البارزة في الإعلام، وقد ظهرت تعريفات عدة لمفهوم الأجندة، ومن ذلك أنها: "العملية التي بواسطتها تحدد وسائل الإعلام فيما نفكر وحول ماذا نقلق" (سالم، 2009، ص85).

كما عرفت بأنها العملية التي تقوم بها الهيئات والمؤسسات التي تقدم الأخبار والمعلومات باختيار أو التأكيد على أحداث وقضايا ومصادر معينة لتغطيتها دون أخرى، ومعالجة هذه القضايا وتناولها

بالكيفية التي تعكس اهتمامات هذه المؤسسات وأولويات المسؤولين الحكوميين ومتخذي القرار والسلطة (نصر، 2003، ص398).

ويمكن للباحثة أن تعرف نظرية الأجندة على أنها عبارة عن إعادة صياغة الأحداث المحيطة بقالب جديد، يتم ترتيب أهميتها في الوسيلة الإعلامية بما يتناسب مع السياسة التحليلية للمؤسسة الإعلامية، بهدف إقناع الجمهور وتغيير اتجاهه بما يتوافق مع التوجهات الأيديولوجية لتلك الوسيلة.

نشأة وتطور النظرية:

إن نشأة نظرية الأجندة ترجع إلى والتر ليبمان (Walter Lippmann) من خلال كتابه (الرأي العام) والذي وضعه في العام 1922، والذي بين من خلاله "أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير، وفي كثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل بيانات زائفة في عقول الجماهير، وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهم المجتمع" (Maxwell et al., 1979, p.2).

كما أن الفضل يرجع إلى ماك كومبوس وشو (McCombs and Show) في صدور الدراسة الأولى عن هذه النظرية حيث بينا أن: "وسائل الإعلام تنجح بكفاءة في تعريف الناس فيما يفكرون، ذلك لأن لها تأثيراً كبيراً في تركيز انتباه الجمهور نحو الاهتمام بموضوعات ما أو أحداث وقضايا بذاتها، فالجمهور لا يعلم من وسائل الإعلام عن هذه الموضوعات فحسب، بل يعرف كذلك ترتيب أهميتها، هناك علاقة ارتباطية إيجابية قوية بين أهمية الموضوع في وسائل الإعلام وأهميته لدى الجمهور" (Metchel, 2011, p.1).

وتوجد عدة مراحل لتطور نظرية الأجندة وقد أشار إلى ذلك ماكسويل (Maxell et al., 1993, p.58):

المرحلة الأولى: وتشكل الدراسات الأولى التي تم من خلالها اختبار الفروض الرئيسية الخاصة بأن نموذج التغطية الإخبارية يؤثر في إدراك المتلقي لأهمية أي قضية يومية.

المرحلة الثانية: وهي التي يتم فيها تحديد الشروط المناسبة التي تعزز أو تحد من وضع الأجندة والأدوار المقارنة لوسائل الإعلام المختلفة.

المرحلة الثالثة: والتي تهتم بالكشف عن صور المرشحين واهتماماتهم السياسية كبديل للأجندة.

المرحلة الرابعة: التركيز على مصادر الأجندة والتي تتعلق بالوسائل الاتصالية، وبذلك تكون قد انتقلت بحوث الأجندة من متغير مستقل إلى متغير تابع.

خصائص نظرية الأجندة:

توجد عدة خصائص لنظرية الأجندة بينها حمادة (2008، ص181) وهي:

1. وجود نمو مستمر ومنتظم للدراسات التطبيقية في مجال نظرية الأجندة بدءاً من ظهورها وحتى وقتنا الحالي.
2. مقدرتها على تحقيق التكاملية بين العديد من المجالات البحثية الفرعية للاتصال الجماهيري تحت مظلة نظرية الأجندة.
3. مقدرتها على إيجاد قضايا بحثية وأساليب منهجية جديدة تتنوع بتنوع المواقف والمتغيرات الاتصالية.

وظائف نظرية الأجندة:

يمكن لنا أن نبين الوظيفة التي تؤديها نظرية الأجندة كما يلي (شقير، 1995، ص20):

1. إن عرض وسائل الإعلام في قضية معينة يزيد من وعي المتلقين لتلك القضية وبالتالي يمكنهم أن يميزوا بين القضايا ذات الاهتمام والقضايا غير المهمة التي تعرض من خلال وسائل الإعلام.
2. تعمل نظرية الأجندة على ترتيب أولويات المتلقين، وذلك للتركيز على قضايا معينة دون التركيز على قضايا أخرى ومن ذلك نقل التراث الاجتماعي ومراقبة البيئة والترابط وغير ذلك من الموضوعات.

ويرى الباحث أن نظرية الأجندة تعد من النظريات التي تهتم بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والمتلقين التي تتعرض لهذه الوسائل، ومقدرة وسائل الإعلام على تحديد أهمية وأولوية بعض القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها التي تشكل عاملاً هاماً لأفراد المجتمع، وتبين هذه النظرية وجود علاقة ارتباطية بين بروز قضية ما في وسائل الإعلام وبروزها لدى المتلقين من خلال التركيز على موضوعات معينة وإهمالها لموضوعات أخرى، مما يؤثر على اهتمام الجمهور بالموضوعات المطروحة في وسائل الإعلام، مما يؤكد وجود تأثير لوسائل الإعلام على الجمهور.

إيجابيات نظرية الأجندة:

توجد إيجابيات عدة لهذه النظرية تتمثل في (Eugene, 2008, p.99):

1. النمو المستمر والمنتظم للدراسات الإمبريقية في مجال نظرية الأجندة.
2. المقدرة على تحقيق التكاملية بين مجالات بحثية للاتصال الجماهيري تحت مظلة نظرية الأجندة.

3. المقدرة على إيجاد قضايا بحثية تتنوع بتنوع المواقف والمتغيرات الاتصالية.

4. إيجاد أرضية تشترك فيها العديد من علوم الاتصال الجماهيري والعلوم الأخرى.

وتم توظيف النظرية في الدراسة الحالية من خلال التعرف على مدى إقناع الوسيلة الإعلامية للجمهور وتغيير اتجاهاته نحو حدث ما، وذلك من خلال إعادة صياغة الأحداث المرتبطة بالخبر الإعلامي بقالب جديد لمعرفة الوسيلة التي تم من خلالها تغطية الحدث الإعلامي، والأثر الذي تركه في جمهور المتلقين.

كما امكن توظيف النظرية من خلال أنه كلما كان هناك أجندة لوسائل الإعلام تحاول فرضها على جمهور المتلقين فهناك أجندة أيضاً لجمهور المتلقين تحاول فرضها على وسائل الإعلام، وعليه، فكلما كانت القضية ذات اهتمام كلما استطاع المتلقون فرضها على وسائل الإعلام التي تعمل على تغطيتها بطرقها المختلفة، وتحاول تناولها والتعليق عليها من أجل اتخاذ الحلول المناسبة لها.

نظرية تطبيقات سبين (Spin):

تعد تطبيقات سبين مبادرة من قبل السياسيين لإشغال الإعلام بموضوع معين والتغاضي عن مواضيع أخرى مهمة، بمعنى آخر إشغال الأجندة الإعلامية والجماهيرية بالاتجاهات المريحة له، ويمكن أن يتم ذلك عن طريق تأليف قصص تتوافق مع أهداف السياسي، وهناك علاقة سببية بين ما يدور في الحلبة السياسية من أحداث خطابات وتصريحات، وبين ما تقوم به وسائل الإعلام بنشره، وهناك خمسة أشكال من التأثير المتبادل بين الجدول اليومي الخاص بوسائل الإعلام والجدول الخاص بالجمهور، والجدول الخاص بالسياسة (الدليمي، 2016، ص191):

- جدول الإعلام اليومي الذي يؤثر تأثيراً مباشراً على جدول الجمهور اليومي على الأقل.
- السياسيون يتابعون آراء الجمهور ومن المفروض أن يتصرفوا كرسله.

- يوجد تأثير مباشر لجدول الإعلام اليومي على جدول السياسة اليومي أيضاً.
- هناك مواضيع وظروف يكون فيها الجدول السياسي اليومي تأثير مباشر وقوي على الجدول اليومي للإعلام.
- مجموعة عوامل أو أحداث عالمية مثلاً يمكنها بشكل مباشر أو غير مباشر أن تحدد جدول عمل الجمهور.
- هناك تنافس بين السياسيين على التأثير على الجدول اليومي لوسائل الإعلام خاصة في فترة الانتخابات.

كما اشار الدليمي (2016، ص196) إلى وجود عدة استراتيجيات لـ (سبين) وهي:

1. عرض الأخبار السيئة بشكل إيجابي.
2. قول عكس ما تنوي قوله.
3. "القناع".
4. تبرير ما حدث لكونك صغير السن.
5. تذنيب شخص آخر.
6. تحليل الحدث يتعلق بالتفسير.
7. إعطاء انبطاع أن كل شيء مجاني وفي الحقيقة الأمر ليس كذلك.
8. معلومات إحصائية.
9. الضحية: الظهور بدور الضحية وبالتالي كسب تعاطف الجمهور.
10. إخفاء الحقيقة.

ويرى الباحث أن هذه التطبيقات تهتم بدراسة العلاقات التبادلية بين وسائل الإعلام وجمهور المتلقين في بيان وتحديد قضايا سياسية واقتصادية واجتماعية ذات اهتمام للجتمع، كما تفترض أن

وسائل الإعلام لا تستطيع بأي حال تغطية العديد من الموضوعات وعليه يتم التركيز على بعض منها بالشكل الذي يثير اهتمام الناس، وبالتالي تصبح محطة اهتمام وسائل الإعلام.

نظرية الغرس الثقافي (Cultivation theory).

وتعد نظرية الغرس الثقافي من النظريات التي تقيس تأثيرات الرسالة الإعلامية على الجمهور اذ تهدف هذه النظرية في الأساس إلى قياس نتيجة تعرض المشاهدين لوسائل الإعلام. وما يتركه من اثر على المشاهدين للواقع الاجتماعي الحقيقي والواقع الصوري الذي يقدمه الإعلام ووسائله. .

وعلى الرغم من أن نظرية الغرس الثقافي وضعت لدراسات تتعلق بتأثير التلفزيون بصفته وسيلة إعلامية إلا أن مبادئ هذه النظرية يمكن سحبها وتطبيقها على الإذاعة أيضاً.

يعد جورج جربنر، أول من أشار إلى هذه النظرية في كتاباته التي بينت أن التلفزيون قوة مسيطرة في تشكيل المجتمع الحديث، وكانت هذه الأفكار نتيجة الجهود التي قام بها هو ومجموعة من الباحثين في بحث تأثيرات التلفزيون على المجتمع الأمريكي (الدليمي 2014)، وقد أستهدف جورج جيرنبر ما يلي: (Signorielli& Morgan, 1995, p14)

1 -تحليل العملية المؤسساتية للإعلام، أي دراسة سياسات الاتصال وتأثيرها على أنتاج مضمون الرسائل الإعلامية، ومعرفة إن كانت الدراما الموجهة مخططاً لها أم لا.

2 -تحليل محتوى الرسائل الإعلامية وتحديد الأفكار والقيم والصور الذهنية الأكثر شيوعاً وتكراراً في الرسائل الإعلامية، وخاصة في عالم التلفزيون والمحتوى الدرامي بشكل أساسي.

3 -تحديد الإسهام المستقل للتلفزيون في تكوين مفاهيم المشاهدين عن الواقع الاجتماعي، أي غرس تصورات وقيم لدى المشاهدين، والغرس هو المكون الثالث لهذا المشروع.

إن الغرس يعني كثافة التعرض للتلفزيون والتعلم من خلال ملاحظة الصورة عبر الاستخدام الانتقائي للرسائل، والتي تقود المشاهد إلى الاعتقاد بأن العالم الذي يشاهده على شاشة التلفزيون هو صورة من العالم الواقعي الذي يعيش فيه، وتحدث عملية الغرس عبر النقل المكثف للصورة الرمزية للأحداث، فتتكون الثقافة التي هي عبارة عن وعاء من الرموز والصور الذهنية التي تنظم العلاقات الاجتماعية.

وتعد نظرية الغرس المكون الثالث من مكونات مشروع المؤشرات الثقافية، وهذا المشروع يهدف إلى إقامة الدليل التجريبي على تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية على البيئة الثقافية، حيث ترى نظرية الغرس أن التلفاز من بين وسائل الإعلام الأخرى يعد الأساس الثقافي المركزي للمجتمع، وأنه يقدم القصص وإنه المصمم الأساسي للصور الرمزية التي تساهم في تكوين المعتقدات عن العالم الحقيقي (Morgan, 2009, P83)، وتصنف نظرية الغرس الثقافي ضمن نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام Moderate effects theories والتي تتميز بالتوازن والاعتدال، بحيث لا تضخم في وسائل الإعلام ولا تقلل من هذه القوة (الدليمي 2014)، ولكنها تقوم على العلاقات طويلة الأمد بين اتجاهات وآراء الأفراد من ناحية، وعادات مشاهداتهم من ناحية أخرى (زكريا، ص18، 2002)، لذا يمكن القول أن نظرية الغرس ليست بديلةً، وإنما مكملةً للدراسات والبحوث التقليدية لتأثيرات وسائل الإعلام، ففي الغرس الثقافي لا يوجد نموذج قبل أو بعد التعرض، ولا نموذج للاستعدادات المسبقة كمتغيرات وسيطة لأن التلفاز يشاهده الأفراد منذ الطفولة، كما أنه يشكل دوراً كبيراً في هذه الاستعدادات المسبقة التي تعتبر متغيرات وسيطة بعد ذلك (اللحياني، ص47، 2008). وتهدف هذه النظرية إلى قياس نتيجة تعرض المشاهدين لوسائل الإعلام بشكل عام والتلفاز بشكل خاص، وأثر تكرار المشاهدة والتشابه في المضامين المعروضة على إدراك

المشاهدين للواقع الاجتماعي الحقيقي والواقع الصوري الذي تقدمه وسائل الإعلام (شقير، ص8، 2002).

كما ركزت النظرية على دور الرسالة الإعلامية على الجمهور في غرس الثقافة عند الجمهور بشكل عام، والفئات التي تجلس طويلا أمامه (الأطفال – سيدات البيوت – المراهقين) مع إمكانية تطبيقها على وسائل الإعلام الأخرى.

ومن جانب اخر فإن نظرية الغرس الثقافي تعتمد على هيمنة الصور التلفزيونية على المشاهدين، فأنه يعتبر أيضاً كمصدر للمعلومات والمعارف (Berry, 2003, P12) .

وكما أشار الباحث سابقاً الى أن نظرية الغرس الثقافي رغم أنها مكرسة بالأصل لوسيلة التلفزيون الا أنها لها اصداء مماثلة في رسائل الأعلام الاخرى وخاصة الراديو الذي هو موضوع هذه الدراسة.

وقد استفاد الباحث من بعض مبادئ هذه النظرية كما يلي.

1 - **بناء المعنى :** فالقيم الوطنية التي هي موضوع بحث هذه الرسالة تعد من المعاني العظيمة التي تحتل حيزاً في اهداف الاعلام الوطني في اية دولة . وبالتالي فان هذه النظرية تقدم تصوراً تطبيقياً للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعاني ولأغراض هذه الرسالة فأن الباحث من الجانب التطبيقي حاول رصد هذه المعاني وكيفية قيام الاذاعة المبحوثة (هلا) في تشكيل الحقائق الاخبارية .

2 - **التعلم:** ان اية وسيلة اعلامية هدفها يكاد يكون مشابهاً لأهداف المؤسسة التعلمية ، وكما قال ولبور شرام في كتاباته عن الاتصال والتنمية ، فأن وسائل الاعلام تعد (معلماً) مكملاً

لدور المؤسسة التعليمية. وهكذا الحال بالنسبة لنظرية الغرس الثقافي التي ترى في وسائل الاعلام ان لها وظائف تعليمية محددة.

3- **قدرات الاعلام في تشكيل معارف الأفراد:** تؤكد نظرية على هذا المبدأ ، ولذلك فأن هذه الدراسة تقيس قدرة اذاعة (هلا) في تشكيل مدركات الجمهور الأردني من خلال رؤية قادة الرأي والى اي مدى كان لهذه الاذاعة دور في ذلك.

4- **التأثير على الادراك:** تؤكد هذه النظرية ان وسائل الأعلام تساهم في تشكيل ادراك الجمهور للحقائق والتأثير على هذا الادراك ، وهذا ما تحاول الدراسة اختباره ضمن المسح الميداني .

5- **شدة التعرض :** تؤكد النظرية ان الاشخاص كثيفي التعرض للأعلام يختلف ادراكهم للواقع الإخباري عن الأفراد قليلي التعرض.

الإذاعات ودورها المجتمعي

تعتبر الإذاعات هي من وسائل الإعلام المسموعة المهمة لدى أي مجتمع في عملية تبادل المعلومات وتناقل الأخبار، سواء لأحداث الساعة الجارية أو للبرامج التثقيفية أو الترفيهية وغيرها من البرامج.

حيث عرفت **الإذاعة** بأنها: "عملية نقل صوت المرسل إلى المستقبل (الجمهور)، وذلك بعد تحويل صوت المرسل إلى موجات كهرومغناطيسية، يتم نقلها عبر الأثير، ثم يتم استقبال الموجات عبر جهاز الاستقبال الذي يقوم بدورة بتحويل الموجات الكهرومغناطيسية إلى صوت مرة أخرى". (رويس، ص22، 2010).

وعرفت دائرة المعارف البريطانية **الإذاعة** بأنها: "عملية النشر المنظمة للإمتاع والتثقيف وغيرها من مفاهيم يتم استقبالها في وقت واحد بواسطة جمهور متأثر، يتكون الجمهور من (جماعات وأفراد) مجهزين بأجهزة استقبال". (رويس، ص22، 2010).

ويرجع اكتشاف الإذاعة الصوتية إلى العالم الإيطالي الذي كان يبلغ من العمر حينها 20 عاماً "جوجليمو ماركوني"، الذي استطاع أن يرسل إشارات كهرومغناطيسية في الفضاء، وذلك عام 1896، حيث سجل براءة ابتكاره في بريطانيا بعد أن أهملته إيطاليا ولم تعر اكتشافه أي اهتمام، وكان قبل ماركوني العديد من العلماء الذي بذلوا جهداُ في هذا المجال وكان اكتشاف ماركوني هو ثمرة هذه الإنجازات، أمثال (أديسون وفليمنج ودي فورست) الذين قاموا بتجارب كثيرة ساعدت على إنتاج أطوال الموجات اللازمة للإرسال من خلال الموجة القصيرة، وكان (جيمس ماكسويل) أحد العلماء الذي يعود له الفضل في اكتشاف الموجة القصيرة عندما توصل في عام 1865م أثناء دراسته للكهرباء والمغناطيسية، إلى إثبات وجود الكهرومغناطيسية، وأن هذه الموجات يمكن أن تنتقل في الهواء بسرعة الضوء، وقام عالم الطبيعة الألماني (هنرك هيرتز) بتجارب في أبحاث الراديو على الموجة القصيرة بعد اعتماده على أبحاث (ماكسويل) وإثبات نظريته، كما قام بإجراء عدد من التجارب على طرق إنتاج هذه الموجات الكهرومغناطيسية وأستطاع قياس طولها وسرعتها قياساً صحيحاً، فقد اكتشف أن تلك الموجات مثل سرعة الضوء (186 ألف ميل في الثانية). (حسين ومهنى، ص15، 1999)

وكان لهذا الاختراع الأثر الكبير في الوصول إلى الراديو، فقد تمكن مزارع أمريكي من ولاية كنتاكي عام (1892م) من بث أول صوت عبر اللاسلكي باستخدام طريقة الحث. وفي عام 1906 قام الأستاذ في جامعة بتسبرغ (ريجينالد فسندن) ببث الموسيقى ليلة عيد الميلاد إلى السفن في البحر،

وقام مهندس يعمل في شركة "جنرال إلكتريك" ببث أصوات "أيتها الليلة المباركة" من خلال استعمال مولد التيار المتردد، بين ساحل ماشاسوستس في الولايات المتحدة الأمريكية وجزر الهند الغربية عام 1908.

وظهر الاتصال اللاسلكي واستخداماته المتعددة عسكريا (خلال الحرب العالمية الأولى) وتجاريا (بين البواخر) ثم بدأت التجارب في بث برامج إذاعية في أمريكا و غيرها من الدول إلى أن ظهرت أولى المحطات الإذاعية مع نهاية سنة 1920م في الولايات المتحدة الأمريكية التي كانت تبث برامج منتظمة تدوم في اليوم و تبعتها محطات أخرى في أوروبا و العالم. (فدوار، ص108، 2011)

فقد انتقل ظهور الترانزستور بالجهاز من طور إلى آخر من الإذاعة العائلية إلى الإذاعة الفردية، إذ تخلى الناس شيئا فشيئا عن الإنصات الجماعي متجهين إلى الاستماع الفردي و من الاستماع في مكان واحد إلى الاستماع إليها في أماكن متعددة و مختلفة ، مما أتاح فرصا متعددة للاستماع إلى تلك المضامين في ظرف تقلص فيه التفاعل الذي كان يحدثه الإنصات الجماعي، كما اختفت فيه درجة التركيز التي تفرضها طقوس ذلك الإنصات حول جهاز الراديو. (شلبي، ص60، 1999)

وكانت للمحطة الكبيرة الثانية، أي ظهور الأف أم أثار أخرى في طبيعة العمل الإذاعي ووظائفه وعلاقاته بالناس وكان من أهم نتائج استخدام موجة الأف أم للبث والاستقبال تعدد القنوات الإذاعية وتنوع ملكيتها وظهور الإذاعات المتخصصة وانتشار الإذاعات المحلية التي تعني بمنطقة دون أخرى، ومكن استخدام الأف أم من وصول الإشارات في جودة أقرب ما يكون إلى حالتها عند الإرسال، كما أدى تصنيع أجهزة تمكن من التقاط عدد كبير من الإذاعات عبر موجة الأف أم

بالانتقال من تردد إلى آخر بفارق بسيط جدا بينها، وإلى التغلب على التشويش عند الاستقبال الذي كان من سمات البث السابق.

خصائص الإذاعة

تعد الإذاعة إحدى وسائل الاعلام التي لها مقدرة على التأثير والإقناع في الجمهور، فكل وسيلة من وسائل الإعلام لها وسائلها في التأثير، كما تعتمد كغيرها من الوسائل الإعلامية الأخرى على تحدد جمهور معين للتأثير فيه، وذلك بحسب نوعية البرامج التي تبثها، وتعتبر الإذاعة وسيلة اتصال قوية تستطيع الوصول إلى مختلف الأفراد والمجتمعات نظرا للخصائص التالية :

يتخطى الإرسال الإذاعي الحدود وموانع الطبيعة مما يسهل انتشاراً أكبر وبشكل واسع للرسالة الإذاعية، فالإذاعة تعتبر من أسرع وسائل الإعلام في النشر فهي تتفوق على الصحافة وكذلك التلفزيون.

ويمكن للإذاعة أن تتميز على وسائل الإعلام في طرق تأثيرها المتعددة على عواطف الجمهور من خلال المؤثرات الصوتية والموسيقية التي تستخدمها، ما يلمس مشاعر المستمع ويكون تأثيرها يقترب من التأثير الوجاهي. (مجاهد، ص149، 2009)

كما أن الراديو يختلف عن وسائل الإعلام في كونه جهازاً شخصياً، والاتصال بالإذاعة لا يحتاج إلى وسيط لكي تصل الرسالة الإذاعية، حيث تصل من المذيع إلى المستمع مباشرة.

الرسالة المذاعة تكون أكثر فعالية من الرسالة التي تنقل بالاتصال الذاتي وأنه يسهل التذكر خاصة عند الفئات الأقل تعلما. (لعبان، ص33، 2003)

الانتشار السريع، فالاتصال الإذاعي المسموع وفي ظل التطورات التكنولوجية لا يحتاج إلى عناء كثير ولا معرفة من المستقبل للكتابة.

سهولة الحصول على جهاز الاستقبال، لقلة تكلفة المادية، وسهولة تشغيله أيضاً. (الطاهر وتيم، ص62، 2001)

يقول مدلسون أن الإذاعة تساهم في رسم الإطار النفسي للمسمعين، فالبرامج الصباحية تساهم في زيادة نشاط الإنسان، على عكس البرامج المسائية التي تكون للترفيه والإقناع وتهيئة النفس للاسترخاء والنوم لاستقبال يوم جديد.

للإذاعة القدرة على التأثير الداخلي والوجداني للمستمعين باستخدام الكلمة المسموعة وإقناع النفس. (حجاب، ص232، 2003)

ولأن الإذاعة المسموعة تعتمد على حاسة السمع فقط لاستقبال رسالتها الإعلامية، فهي تقدم المواقف والأحداث، ما يجعل المتلقي بأن ينشط خياله إلى أقصى درجة وبالطريقة المناسبة لدوافعه اللاشعورية و توقعاته و رغباته.

وتعتبر الإذاعة مصدرا من مصادر للثقافة وخلق الوعي وتبادل المعلومات العلمية والثقافة والأدبية.

وتعمل الإذاعة على مخاطبة جميع الأميين في المجتمع على دون النظر إلى أماكن تواجدهم، فهي تشترك مع التلفزيون والسينما في هذه النقطة.

وظيفة الإذاعة المجتمعية

للإذاعات دور مهم وفعال في المجتمع، فأهمية الإذاعة ليست أقل شأناً من الوسائل الإعلامية الأخرى كالصحافة والتلفزيون، فالعديد من الدراسات التي أنجزت على مستوى العالم تؤكد أن للإذاعة ولأسباب كثير (منها ما تم ذكرة أنفاً)، حيث أنها ما تزال منافساً قوياً لوسائل الإعلام المختلفة وخاصة التلفزيون، حتى أن هنالك بعض الميزات التي تفوق فيها الإذاعة على التلفزيون، وتستطيع من خلالها تحقيق متطلبات المستمعين ولا تستطيع وسائل أخرى تحقيقها. ولا بد من ذكر أهم الوظائف التي تؤديها الإذاعة من بحسب تعريف اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الإعلام والاتصال التابعة لمنظمة اليونسكو، حول وظائف الإعلام الذي يقول: أن الإعلام أداة سياسية، وقوة اقتصادية، ومورد تربوي كامن، ومحرك ثقافي وأداة تكنولوجية.

ويمكن ذكر هذه **الوظائف** على النحو التالي:

الوظيفة السياسية: توظف الإذاعة من طرف النخب الحاكمة في عملية التنشئة السياسية لمجتمعاتها هدف غرس قيم سياسية معينة تروج لها تلك النخب، كما توظف الإذاعة لتوصيل الرسالة الإعلامية الهادفة إلى تعميق الولاء للنظام الحاكم القائم والشخصية الوطنية والكيان السياسي، إلى جانب ترسيخ التماسك السياسي والوحدة الوطنية داخل كل دولة وهي تلعب دور الوسيط بين الحكومة و الشعب وتبلغ صوت الدولة وتنشر أفكارها ومشاريعها وأيديولوجياتها إلى الأفراد داخل الدولة وخارجها، كما تنقل مشاكلهم واهتماماتهم إلى السلطة لتصدر القرارات المناسبة وأول دليل على فعالية الإذاعة هو الدور الذي لعبته الإذاعة إبان الحرب العلمية الثانية وأثناء الحرب العالمية الأولى.

الوظيفة الاقتصادية: وهي وظيفة متصلة بمفهوم التنمية، ذلك أن البعد الاقتصادي في العملية التنموية هو الأكثر بروزا من الجوانب الأخرى لهذه العملية، إذ تقدم الإذاعة بين برامجها الإعلانات وفقرات إشهارية من أجل الترويج لسلعة أو خدمة ما، ويساهم ذلك بطبيعة الحال في رفع مدخولاتها، كما تلعب الإذاعة دور الرقيب لمختلف المشاريع الاقتصادية، وتتطرق إلى إبراز أسباب تأخرها وتعطيلها ، كما أنها تلعب دورا مهما في المناطق النائية، حيث تكسر عزلتها وتقدم لسكانها جملة من الإرشادات والنصائح التي يستعينون بها من اجل تحسين وضعيتهم، فهي مسؤولة عن التنمية الريفية وإنعاش الزراعة والفلاحة.

الوظيفة التربوية والثقافية: وهي وظيفة ليست أقل شأنا عن سابقاتها من الوظائف حيث تشجع الإذاعة على التعليم واكتساب المعارف، والمهارات والحصول على المعلومات وخبرات جديدة تساعد على اتخاذ القرارات والارتقاء بالسلوك الفردي والاجتماعي، وتقوم على تثقيف الجماهير وتلبية احتياجاتهم الفكرية والنفسية والارتقاء بمستوياتهم الثقافية والحضارية، وقد تجمع الإذاعة بين التثقيف والترفيه في آن واحد فالمادة الترفيهية لا يقتصر أثرها على مجرد تسلية الجمهور، التثقيف والترفيه في آن واحد، فالمادة الترفيهية لا يقتصر أثرها على مجرد تسلية الجمهور، بل تؤثر عليه في إطار سياسة إعلامية محددة. (رضا، ص146، د ت)

الوظيفة الاجتماعية: تلعب الإذاعة دورا هاما داخل المجتمع، حيث تجعل خدمة المجتمع من أهدافها الأساسية فهي تسعى إلى ترسيخ قيم المجتمع وعقيدته وحضارته وكذا بعث تراثه وعاداته وتقاليده، كما تسعى إلى الارتقاء بالفكر والسلوك، لأن مهمة الجهاز الإعلامي بصفة عامة والإذاعة بصفة خاصة، ليست شغل الوقت فقط بأي برنامج، بل تهدف البرامج جميعها حتى ما كان منها للتسلية والمتعة إلى الوصول إلى الفكر السليم وتقويم السلوك الاجتماعي الفردي من

خلال استغلال هذا التأثير بما يعود بالنفع وبما يساعد على البناء السليم للأمة، والتأكيد على الأشياء الحسنة والتنفير من الأشياء الضارة، هذا بالإضافة إلى أن الإذاعة تعمل على بحث مشاكل المجتمع، ومحاولة إيجاد الحلول لها لتكون الواسطة بين شكاوي المواطنين و المسئولين. (فدوار، ص114، 2011)

نشأة الإذاعة في الأردن

"ترجع البدايات الأولى لنشأة أو إذاعة في الأردن إلى انتهاء الانتداب البريطاني على فلسطين في أواخر شهر نيسان عام 1948م، عندما حدثت هناك اضطرابات في فلسطين فاغتنم المسؤولون العرب في إذاعة فلسطين التي كانت تبث برامجها من القدس، والتي كانت تابعة للانتداب البريطاني تلك الاضطرابات، وقاموا بنقل ما أمكن نقله من أجهزة ومعدات الإذاعة من القدس إلى رام الله بمساعدة الجيش العربي الأردني، وقد اختيرت رام الله لنقل الأجهزة والمعدات إليها لقربها من محطة الإرسال أولا، ولأنها تنعم بالأمن الذي وفره لها الجيش العربي الأردني. وقد بدأت عملية البث مباشرة في نفس الوقت الذي انتهى فيه الانتداب البريطاني على فلسطين، في الخامس عشر من أيار عام 1948م وأصبحت الإذاعة تابعة للحكومة المركزية في عمان وللحاكم العام في فلسطين.

وفي 24 نيسان 1950م بعد أن تم توحيد ضفتي نهر الأردن الشرقية والغربية في إطار المملكة الأردنية الهاشمية أصبحت الإذاعة تحمل اسم "إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية" وكانت تبث برامجها لمدة ثلاث عشر ساعة يوميا. وفي عام 1956م افتتح الملك الحسين المحطة الثانية

للإذاعة في عمان ضمن مبنى صغير في جبل الحسين بعمان، لإيصال صوت الإذاعة إلى أكبر عدد من المستمعين وللعمل على نقل الإذاعة من المحلية الى العالمية، أخذت إذاعة عمان تبث برامجها إلى جانب إذاعة القدس، وقد شعرت الحكومة الأردنية بأن محطتي الإذاعة في رام الله وعمان على صغر حجمهما وقلة إمكانياتهما وعدد موظفيها لا تفيان بحاجة الأردن في نقل صوته وايصال رسالته القومية وتعزيز تواصله مع العالم الإسلامي، فبادرت الحكومة بالتخطيط لإنشاء محطة إذاعة أخرى كبرى في منطقة أم الحيران جنوب عمان وأخرى في القدس، وفي الأول من أذار عام 1959م أفتتح الملك حسين إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية في موقعها الحالي في منطقة أم الحيران". (حمايل، 2011، ص26)

الإذاعات المجتمعية

منذ نشأتها ووسائل الإعلام تتطور يوماً بعد يوم، فالصحافة تطورت معدات انتاجها ووسائل انتشارها، وانتقلت الإذاعة والتلفزيون من البث الأرضي لمناطق محدودة – بحسب تواجد أبراج ارسال الإشارات– إلى البث الفضائي، كما تطورت جميع هذه الوسائل لتنتقل إلى عالم الإنترنت الذي يربطها بجميع أجزاء، كل هذا التطور من تطورات تقنية وتصميمية ووسائل الحصول على المعلومة وكيفية ايصالها للمجتمع وتفاعله معها، أعطى لوسائل الإعلام الحق في أن يطلق عليها وسائل الإعلام المجتمعية.

والإذاعة جزء من هذه الوسائل المجتمعية، والتي لربما كان لها الدور الأبرز من بين وسائل الإعلام في الانخراط بالمجتمعات، لأن أغلب الإذاعات تكون محددة بمناطق معينه وتعمل على

التواصل بين أفراد هذه المجتمع، ومنها ما يكون متخصصا كالتي تعنى بحقوق الإنسان والمرأة أو البرامج الشبابية، أو الموسيقية، أو ثقافية أو ذات طابع منوع.

تعتبر المجتمعات في الدول المتقدمة هي السباقة في ظهور مصطلح الإعلام المجتمعي في سبعينيات القرن الماضي، وانتبهت منظمة اليونسكو العالمية التابعة لمنظمة الأمم المتحدة لهذا الأمر، ما دعاها إلى إجراء عدة دراسات على موضوع الإعلام المجتمعي الذي يهتم بتنمية الأفراد والمجتمعات، كانت الدراسة الأولى لليونسكو عام 1977م حملت عنوان (بعض النماذج الغربية للإعلام المجتمعي) قام بإجرائها الباحث "فرانسيس برجان"، وأجرى "برجان" دراسة أخرى لكنها كانت تتحدث عن الإعلام المجتمعي وتجربته في الدول النامية حملت عنوان (دور الإعلام المجتمعي في التنمية) ونشرت في مجلة (Mass Communicaiton). (colin, p1, 2001)

وبعد ذلك أن تنبهت منظمة اليونسكو في اطار مهمتها سعيها لإحداث التنمية المجتمعية في دول العالم الثالث لأهمية الإعلام المجتمعي، أنشأت أول إذاعة مجتمعية عام 1982م في قارة إفريقيا وسميت بـ (Homa Bay)، وفي نفس العام أيضاً ولكن هذه المرة في أسيا أنشأت إذاعة (Tambuli) بالفلبين، ورأت اليونسكو أن الإذاعات المجتمعية هي وسيلة أساسية ومهمة في إعطاء الصوت أي "المهمشة أصواتهم"، وهذه الإذاعات هي من أجل فعيل الديمقراطية وتمكن الجميع من التعبير عن آرائهم في تلك المجتمعات.

وفي دراسة للباحث الألماني (Jan Pinseler) بعنوان " The Politics of Talk on German Free Radio Station" يتحدث فيها عن مصطلح "الراديو الحر"، حيث يعتبر هذا النوع من الإذاعة يهتم بالجمهور ويتحدث عن قضاياه، حيث أحدث ثورة في علاقة صانع المادة الإعلامية وبين المستمع، كما يعتبر ظهور هذا النوع من الإذاعات جاء نتيجة لما حدث في ستينيات القرن

الماضي في المجتمعات الغربية من حركات اجتماعية لتطوير المجتمعات والأفراد، حيث أن الراديو الحر الذي يملكه المجتمع أصبح بديلاً عن إذاعات الخدمات العامة التي تملكها الدولة وتروج فيها لسياستها، وبين "بنسيلر" أن الراديو الحر عمل لتأسيس الراديو المجتمعي في ألمانيا في تسعينيات القرن الماضي. (رويس، ص27، 2010)

يرى (كارلوس ارنالدو) أن الراديو المجتمعي هو "جهد جماعي يقوم به أعضاء مجموعة من مجتمع معين لتصميم البرامج الإذاعية وإذاعتها عبر الأثير، يناقشون فيها قضاياهم المتعلقة بالثقافة والتنمية والديمقراطية". ويكون اعتماد الراديو المجتمعي على القرب من المستمعين في المجتمع الواحد، على عكس الراديو الذي يتبع الحكومات الرسمية وينطق باسمها، أو الراديو التجاري الذي يعتمد على الدخل المالي، بالإضافة إلى أن الراديو المجتمعي يستخدم صيغة الخطاب غير الرسمية عكس الراديو الحكومي لتكون أكثر قرباً من الجمهور المستهدف. (Colin, p2, 2001)

ويرى الباحثان (Colin and Sonia) الإذاعات المجتمعية على أنها: "إذاعة غير ربحية مملوكة للمجتمع المحلي تعمل على تقديم برامج مخصصة لجمهور محدد ضمن المجتمع الكلي للدولة. وعلى الغم من أنها قريبة بعض الشيء من إذاعة الخدمة العامة إلا أنها تختلف باستهدافها جمهوراً محدداً ضمن مدينة أو محافظة ما، وليس مجتمع الدولة بشكل عام كما هو في إذاعات الخدمة العامة". (lanara, p3, 2002)

ويرى الباحث (باتريك تور) أن الراديو المجتمعي ساهم وبشكل كبير في تحريك الديمقراطية والتنمية المجتمعية والسياسية في قارة إفريقيا، كما وساعد سكان تلك المناطق على أن يتفاعلوا مع الأحداث الجارية وتجري في مجتمعاتهم. (Tor, p85, 2006)

راديو هلا

إذاعة "هلا" هي الإذاعة الرسمية للقوات المسلحة الأردنية - الجيش العربي، والناطقة باللغة العربية.

تأسست إذاعة هلا في عام 2010م، وبسرعة كبيرة تمكنت إذاعة هلا من حجز مكانة رفيعة لها بين بين المحطات الأكثر انتشاراً في الأردن وفقاً لإحصائيات "إيبسوس".

حيث تغطي "هلا" نطاق بث واسع في جميع أنحاء المملكة الأردنية الهاشمية، حتى عبرت حدود المملكة لتمتد تغطيتها إلى الدول المجاورة.

وتتضمن دورتها البرامجية بث برامج على الهواء مباشرة ومقابلات، ومجموعة متنوعة من الموسيقى والأغاني المختارة بعناية فائقة لتناسب كافة فترات البث، وصولاً إلى تقديم نشرة أخبار على رأس كل ساعة.

وتبث إذاعة هلا عدة برامج هادفة على الهواء مباشرة، منها:

(مقابلة مع مدير إذاعة هلا العقيد سامر الفاخوري)

برنامج ريح بالك

برنامج ديني يطرح ويناقش على مدار الساعة من الزمن العديد من الموضوعات والقضايا اليومية المتعلقة بالدين الإسلامي واخلاقيات المسلم

برنامج الوكيل

هو برنامج صباحي، خدامتي، اجتماعي، يُعنى بقضايا الشارع والمشاكل الخدماتية التي يواجهها المواطن مع المسؤول في منطقته، اضافة الى تناوله للقضايا اليومية التي تهم المواطن، ويتضمن عدة فقرات وهي على النحو التالي:

1. الفقرة الصباحية: تتضمن افتتاحية البرنامج وعرض ابرز الأخبار الخفيفة التي تهم المستمعين مثل حالة الطقس، والإعلانات الحكومية في الصحف مثل العطل الرسمية وإعلانات العمل وغيرها من الأخبار.

2. الفقرة الاجتماعية: تتناول مشاركات مستمعي البرنامج على مواقع التواصل الاجتماعي، ونقاش حول القضايا الاجتماعية المختلفة.

3. عناوين الصحف: وتتناول ابرز الأخبار المتعلقة بالشؤون المحلية والعالمية المنشورة على المواقع الإخبارية.

4. تلقي اتصالات المواطنين والمسؤولين: وتتناول هذه الفقرة اتصالات المواطنين وطرح قضاياهم ومشاكلهم على الهواء مباشرة وتلقي ردود الأفعال من قبل المسؤولين حول هذه القضايا وذلك من خلال استقبال هذه الشكاوى على هواتف يُعلن عنها خلال البرنامج.

5. القيام بمبادرات مستمرة بين راديو هال والقيادة العامة للقوات المسلحة، والمؤسسات الحكومية والأمنية المختلفة.

6. طرح القضايا اليومية التي تهم الشارع المحلي، سياسياً، اقتصادياً، واجتماعياً وبحثها مع المسؤولين على مختلف المستويات.

برنامج استوديو هلا

برنامج صباحي اجتماعي عائلي شبابي هادف يعنى بكل ما يخص افراد العائلة، يركز على مواضيع تطوير الذات والتنمية الذاتية بقالب توعوي خفيف ومفهوم بالإضافة الى مواضيع وفقرات تبعث على التفاؤل وتبث طاقة ايجابية في نفوس المستمعين.

عُلا على هلا

تطل الإعلامية الأردنية علا الفارس على الجمهور الأردني على مدار ساعتين من الزمن لتقدم للمستمعين فقرات شبابية عائلية منوعة وهادفة تركز فيها على حب الوطن في الداخل والخارج لتكون همزة الوصل بين المغتربين و الوطن بشكل خاص، بالإضافة إلى اللقاءات مع مشاهير عربية من الوسط الفني والإعلامي.

برنامج مطب إذاعي

برنامج اجتماعي سياسي ناقد ساخر هادف، يطرح قضايا محلية اجتماعية وسياسية ويناقشها بأسلوب واقعي و مباشر دون اي قيود ضمن الأطر الإعلامية المحددة بالإضافة الى العديد من الفقرات التفاعلية.

مروحين مع نسرين

برنامج مسائي اجتماعي منوع موجه للشباب والمجتمع بشكل عام يقدم موضوعات هامة على المستوى السياسي و الاجتماعي والمهني بقالب جريء وموضوعي يبث على الهواء مباشرة ويتيح المجال للمستمعين للمشاركة في المواضيع المطروحة من خلال طرق التواصل المختلفة.

تردد الإذاعة

وتبث إذاعة هلا برامجها التي تغطي جميع مناطق المملكة على الترددات التالية:

عمان	102.1 اف ام
إربد والرويشد	91.3 اف ام
العقبة	91.1 اف ام
السلط والطفيلة	94.7 اف ام
الكرك وعجلون	94.3 اف ام
البتراء والأزرق	105.4 اف ام
فلسطين	94.3 و94.7 اف ام

الإعلام السياسي

الدور السياسي لوسائل الاعلام:

تعد السياسة من الظواهر البشرية التي تعود إلى ألاف السنين، حيث لعبت دوراً مهماً في تحقيق العلاقات الطيبة بين الأمم منذ القدم إلى اليوم، وكان السياسة دور إيجابي في تحقيق الأمن والاستقرار بين الأمم على اختلاف أجناسها وأنواعها، وللسياسة أدواتها للتواصل بين الأمم والشعوب ونشر أفكارها وحاجاتها وما تريد القيام به، والإعلام إحدى هذه الوسائل التي تمكن السياسة من التواصل مع الأخرين وبث ما تريد عبر وسيلة إعلام واحدة أو مجتمعة.

"وللتواصل السياسي تعريفات متعددة ومتباينة أحياناً، لكنها تدور في معظمها، على اعتبار أن التواصل السياسي هو كل تواصل هادف حول السياسة، حيث تتضمن هذه التعريفات:

- كل أساليب التواصل من قبل الفاعلون السياسيون لتحقيق أهداف معينة.

- التواصل الموجه إلى السياسيين من غير العاملين بالسياسة، كالناخبين وكتّاب الأعمدة الصحفية وغيرهم ممن يهتمون بالسياسة بجميع أشكالها.
- التواصل الذي يتناول الساسة وأنشطتهم، بما تتضمنها التقارير الإخبارية والافتتاحيات، والأشكال الأخرى من تناول وسائل الإعلام للسياسة". (McNair, p4, 2003)

ويعرف الإعلام السياسي: بأنه مضمون وسائل الإعلام من السياسة والذي له أثر، ويقصد أن يكون لهذا المضمون أثر في توزيع أو استخدام السلطة في المجتمع، كما يعرف أيضاً بالعملية التي تقوم من خلالها قيادة الأمة وإعلام مواطنوها لإضفاء معنى على الوسائل المتعلقة بسير السياسة العامة. (sehudson, p304, 1989)

وعلاقة الإعلام بالسياسة ليست جديدة أو وليدة هذا العصر، حيث يعود إلى السفسطائيين، واسهامات أرسطو في كتابيه الشهيرين "السياسة" و"الخطابة" لكن كحقل أكاديمي له تقاليده الخاصة وأنظمته المتعددة ويعد ظاهرة حديثة، حيث يشير انيمون وساندرز Nimmon Et Sandres إلى أن أول ذكر للاتصال السياسي كمجال مستقل كان في عام 1956، حيث ظهر كتاب بعنوان "السلوك السياسي" Political Behavior يناقش تبادل التأثيرات السياسية بين الحكومة والمواطن. (Nimmon & Sandres, p12, 1981)

وقد حدثت تطورات مهمة في أعقاب هذه المعادلة شملت المجال التطبيقي البحثي مثل آثار وسائل الإعلام في الانتخابات السياسية وآثار الدعاية وتحليل اللغة السياسية، ومن بين مجالات البحث الحالية: الخطابة السياسية، المناظرات السياسية التنشئة السياسية، الحملات الانتخابية، الحركات السياسية، العلاقة بين الحكومة ووسائل الإعلام، ويستخدم الباحثون عددا من الأساليب المنهجية مثل نظرية الاستخدامات الإشباعات ونظرية ترتيب الأولويات، لكن هناك اتجاه جديد يرفض

اعتبار الحملة الانتخابية نموذجا أساسيا للاتصال السياسي، ويقول أصحاب هذه النظرية التي عرفت بالنقدية، أنه من الخطأ السماح لسياق الحملة الانتخابية أن يقرر جدول أعمال حقل علمي، فقصر الدراسة على تأثير الاتصال في قرارات التصويت التي يتخذها الجمهور أثناء الانتخابات يعمي الأبصار عن حقيقة مهمة وهي أن "تصوير وسائل الإعلام للانتخابات يمثل طقوسا مسرحية تصفي الشرعية على السلطة في الديمقراطيات الليبرالية" فالحملات الانتخابية كما تعرضها وسائل الإعلام توهم أن الشعب يمكنه الاختيار حقا، بينما لا تمثل الفروق بين البدائل الموجودة اختلافا حقيقيا. ولهذا فالانتخابات تساعد على تعزيز أسطورة الديمقراطية النيابية".

وتقوم وسائل الإعلام بدور المسؤولية متعددة الأبعاد، حيث تعمل على:

1. تعمل على إمداد الأفراد والجماعات بالمعلومات والحقائق التي تعمل على اقناعهم بالحاجة إلى التنمية وكيفية حدوث التنمية والوسائل المتاحة لحدوثها وما الأثار التي تترتب عليها من نتائج.
2. وتعمل وسائل الإعلام على تعميق فكرة الإقناع وضرورة التغيير وقبول حدوثه، ومساعدة الأفراد والجماعات على اتخاذ القرارات السليمة. (الشريف، ص29، 2003)

حيث يقع على عاتق وسائل الإعلام مسؤولية كبيرة في مجال السياسية، لأن وسائل الإعلام لا تقوم على نقل الأحداث والوقائع إذ أنها تقوم باختيار المحتوى المناسب لتحقيق الهدف المطلوب من الوسيلة الإعلامية من خلال إضافة عناصر المجتمع المحلي لعمل سياسة اتصالية ذات فعالية وكفاءة.

وكان ماكلويد McLeod 1968-1969 قد أكد أن ثمة علاقة بين التطور الضخم لوسائل الإعلام وبين المعرفة السياسية، إذ تفترض الدراسات الخاصة بوسائل الإعلام أن الاتصال ليس مجرد وظيفة للنظم السياسية أو مجرد نظام يرتبط بعلاقات تبادلية مع النظم السياسية والثقافية

والاجتماعية، إنما هو بحسب ولبرشرام "المادة التي تتكون منها العلاقات الإنسانية ومن هنا يصبح لوسائل الإعلام الجماهيري دور وظيفي في اطار العملية السياسية والاجتماعية". (عبده، ص19، 2004)

"كما أن علماء السياسية والاتصال السياسي والاجتماع السياسي أهتموا بدراسة التفاعل بين الاتصال والنظام السياسي والعملية السياسية بصفة عامة، وأكدوا على اهمية العلاقات الجوهرية بين هذه المجالات. بل أنهم طالبوا بإعادة دراسة وتحليل العلوم السياسية بالاعتماد على نظرية الاتصال، فعالم السياسة صعب أن يوجد دون اتصال لأنه حلقة الوصل بين الجماهير والنخبة الحاكمة صانعة القرار.

يتضح موقع الاتصال في النظام السياسي في ضوء تحليل ألموند "البنائي الوظيفي الذي ركز على فكرة الوظيفة، أو ما يعبر عنها بالوظيفة التحويلية: كل شيء في السياسة اتصال".

نظام الاتصال هو إحدى القنوات الرئيسية لتدفق المعلومات من النخبة السياسية إلى الجماهير وكذا نقل مشاكل وطموحات الجماهير وتصوراتهم علم إلى النخبة".

ولقد أظهرت العديد من الدراسات الحديثة في مجال الإعلام السياسي أن وسائل الإعلام تلعب دوراً قوياً ومهماً في المجتمع، وتلعب السياسة دورها من خلال ما يتم تقديمة من رسائل إعلامية عبر وسائل الإعلام المختلفة، كما أن لها دوراً مؤثراً في عملية صنع القرار السياسي، فوسائل الإعلام تتدخل في تشكيل مفاهيم الناس وتصوراتهم بالنسبة للحقيقة في كافة مجالات الحياة.

ويرجع أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في الحياة السياسية المعاصرة إلى عدة أسباب أهمها : (الهاشمي، 2009 ، ص 72-73)

1) العدد الكبير من المتلقين في المجتمع.

2) ثقة المتلقين في صدق المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام.

3) عمل وسائل الإعلام الدائم لجذب المتلقين وزيادة أعدادهم من خلال الفنون الإعلامية المتنوعة.

4) الكم الهائل من الرسائل الإعلامية الذي تبثه وسائل الإعلام يومياً، يجعل المواطن غير قادر على إدراك حقيقة المواقف إلا من خلال الرؤية التي تقدمها وسائل الإعلام.

كما يقع على عاتق وسائل الإعلام القيام بأدوار في تحقيق الوعي الوطني وحب الوطن وتكريس روح الانتماء، من خلال دعمها للجماهير بالشعور بالوطنية وإذكاء مشاعر الانتماء للوطن لديهم، فالعلاقة الارتباطية بين الجمهور ووسائل الإعلام، كالعلاقة الارتباطية بين وسائل الإعلام والتنمية الوطنية.

تعتبر السياسة والإعلام وجهان لعملة واحدة، إذ لا يستقيم وجهٌ إلا بوجود الوجه الآخر، حيث يرى العديد من الباحثين أنه لا يمكن اعتبار الإعلام السياسي مجالاً إعلامياً متخصصاً، ذلك لأن الأخبار والمعلومات والتحليلات السياسية هي المادة الأساسية التي ترتكز عليها وسائل الإعلام بأنواعها، والإعلام السياسي بطبيعته لا يعرف الحياد ولا يمكن له أن يكون محايداً، لأنه يعبر عن وجهة نظر معينة ينحاز إليها دائماً صراحةً أو ضمناً، لذلك يوصف الإعلام السياسي بالسلاح ذو حدين، ويتبع الإعلام السياسي نظرية إعلامية معروفة تعتمد على التكرار في مضمون المواد الإعلامية بهدف تثبيت الأفكار والمعلومات والآراء في أذهان الجماهير واقناعهم بها حيث تلعب

عناصر الخبرة دوراً أساسياً مهماً في إحداث التنوع في مضمون وسائل الإعلام، لكي لا يحدث النفور من قبل الجماهير بدلاً من التفاعل. (عمر، ص 175-172، 2002)

أهمية وسائل الإعلام تكمن عند مواجهة أزمة ما، وذلك من خلال اعتماد الجماهير على وسائل الإعلام في الحصول على معلومة ومعرفة تلك الأزمات، لأنها تعد مصدراً رئيسياً للمعلومات عن هذه الأزمة لدى الجمهور، وأيضاً في تشكيل اتجاهاته نحو الأزمة وكيفية إدارتها . (مكاوي، ص 146، 2005)

وبما أن العديد من الدراسات أثبتت أن هنالك علاقة قوية بين وسائل الإعلام ودورها في صنع القرارات السياسية على الرغم من حجم الدور وصعوباته، فالإعلام هو لغة الحوار الجديدة عبر الحدود الدولية على المستوى العالمي بشكل أو بآخر يعتبر حلقة الوصل بين الجماهير وأصحاب القرارات السياسية ومتخذيها، فوسائل الإعلام منوط بها إحداث تغييرات في المجتمعات بأسلوب يضمن حقوق جميع الأطراف، والتقلبات السياسية في الدول كافة التي خلقت فجوة بين السلطة (التي تكون في الغالب محور التقلبات السياسية) والجماهير لذلك يساهم الإعلام في ردم الفجوة بأحيان أخرى. (نصرالله، ص30، 2014)

بالإضافة إلى ذلك فإن وسائل الإعلام تؤثر بشكل كبير في عملية التنشئة السياسية، **ويمكن تقسيم هذا التأثير إلى ثلاثة أنواع :** (الزبيدي، 2013، ص15)

- **تأثير معرفي:** حيث تعتبر وسائل الإعلام أحد أهم المصادر للحصول على المعلومات المتصلة بقضايا سياسية، والسبب في ذلك العلاقة بين التعرض للوسيلة الإعلامية وزيادة الوعي الثقافي والمعرفي.

- **تأثير عاطفي:** تأثير وسائل الإعلام على المواقف وتشكيل الاتجاهات، فقد أكدت الدراسات التي أجريت في هذا المجال أن التعرض لوسائل الإعلام يزيد من اهتمام الفرد بالقضايا السياسية التي تحدث في بيئته وتدفعه إلى البحث عن المعلومات التي تشبع فضوله.
- **تأثير سلوكي:** ويقصد به معرفة العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام والمشاركة الحقيقية في نشاطات البيئة السياسية.

إن العلاقة بين السياسة والإعلام معقدة في كل الدنيا حسب تعبير محمد حسنين هيكل، وهي دنيانا (دنيا العالم الثالث) أكثر تعقيداً، فالعلم الحديث في معظم بلداننا منقول والتجديد مظاهره مستعارة.

المواطنة والوطنية

إن اول من استخدم مفهوم المواطنة هم الإغريق والرومان، استعمل الإغريق مصطلح (civis) للدلالة على المواطن، واستعمل الرومان (civitas) للدلالة على المواطنة، وكان يتم منح المواطن أو المواطنة في تلك الحضارات من خلال الكثير من الحقوق والامتيازات كالحق في التقلد الوظائف العامة والعضوية في التنظيمات والجمعيات، كما كان له حق الانتخاب في المؤسسات الرسمية للدولة وكذلك حق المشاركة في الدفاع عن الوطن، إلا أن المواطنة كانت حكراً عندهم ومحصورة على الطبقات العليا من المجتمع من الأرستقراطيين والنبلاء، حيث حرم منها العبيد والنساء والأطفال، إلا أن تطور هذا المفهوم بشكل مستمر بعد سقوط الامبراطورية الرومانية، وفترة الإقطاع وحتى نهاية العصور الوسطى ما بين (300م – 1300م). (بن تركي، ص172، 2013)

وتعرف الوطنية بأنها حب الوطن في إشارة واضحة لمشاعر الحب والارتباط به، فالمواطنة، هي صفة للمواطن التي يحدد فيها حقوقه وواجباته الوطنية اتجاه وطنه، حيث يتميز المواطن بنوع من الولاء لوطنه وخدمة الوطن سواء في أوقات السلم والحرب أو التعاون مع المواطنين من الأمم

الأخرى، من خلال العمل المؤسساتي و الفردي والرسمي، لتحقيق الأهداف التي يريدها الجميع وتوحيد الجهود من أجلها وترسم الخطط وتضع الموازنات. (كنزة، ص94، 2012)

وتعرف **دائرة المعارف البريطانية** المواطنة: بأنها علاقة الفرد مع الدولة كما يحددها قانون الدولة وبما تتضمنه تلك العلاقة من واجبات وحقوق فيها، مع مرتبة من الحرية وما يصاحبها من مسؤوليات وحقوق سياسية كحق الانتخاب، وتولي المناصب العامة. (صونيا، ص6، 2008)

وعند الحديث عن المواطنة وتعريفها لا بد لنا أن نذكر مقومات المواطنة:

- توفير الاحترام المتبادل بين مواطني الدولة بغض النظر عن العرق والجنس والثقافة، حيث على دستور الدولة أن يضمن الاحترام والحماية وكرامة المواطنين وأن تحفظ حقوقهم المدنية والسياسية، وإعطائهم حق المشاركة في صنع واتخاذ القرارات التي تتعلق بأمورهم الحياتية.
- الاعتدال والتوازن في السلوك والعمل.
- إحساس المواطن بالعدالة والمساواة الاجتماعية واحترام الأقلية وتكافؤ الفرص.

مما سبق يمكن تعريف المواطنة كما يلي:

المواطنة هي انتماء الفرد إلى وطن معين بالمولد أو الجنسية ضمن إطار مجتمع سياسي مؤسساتي، بما يمكنه من حقوق ويكلفه بواجبات بموجب ذلك الانتماء، في مساواة مع الآخرين دون تمييز أو تحيز، وبما يحقق علاقة سليمة مع الدولة في إطار من الشفافية والديمقراطية. (جرار، ص43، 2011)

إن المواطنة فكرة اجتماعية وقانونية وسياسية عملت على تطوير المجتمع الإنساني بشكل ملحوظ، بالإضافة إلى الرقي بالدولة من خلال المساواة والديمقراطية، وتعتبر المواطنة ذات أهمية لأنها:

1. تقوم على إزاحة الخلافات والاختلافات بين مكونات المجتمع والدولة، من خلال سياق التدافع الحضاري، لأن تفعيل قيم المواطنة يعمل على الحد من الصراعات والفتن الطائفية والعرقية داخل المجتمع.
2. المواطنة مبدأ ومرجعية دستورية وسياسية، لا تلغي عملية التنافس بل ترتكز على احترام التنوع وليس نفيه.
3. لا يكتمل مفهوم المواطنة إلا بنشوء الدولة الديمقراطية؛ من خلال ممارسة الحياد الإيجابي تجاه معتقدات وأيديولوجيات مواطنيها.
4. تعمل المواطنة على حفظ حقوق المواطن المختلفة وتفرض عليه واجبات اتجاه دولته وهذا ما يؤدي إلى الثقة المتبادلة بين المواطن والدولة، مما يساهم في وحدة النسيج الاجتماعي للمجتمع.
5. تعمل على ضمان حق المساواة والعدل والإنصاف بين المواطنين أمام القانون وخدمات المؤسسات؛ من خلال مشاركة المواطن في المسؤوليات وتوزيع الثروات العامة أما الواجبات التي تتمثل في دفع الضرائب والمحافظة على الوطن والدفاع عنه.
6. تعمل المواطنة على بناء مجتمع سياسي تعددي متنوع في العرق والمؤسسات والثقافة والإيديولوجيات والدين.

يشير مفهوم المواطنة إلى حصيلة أبعاد التفاعل بين المجتمع والفرد من جهة، وبين الفرد والدولة من جهة أخرى، فالتطور التاريخي لمفهومها يوضح المحطات التاريخية التي مرت بها حتى وصل إلى دلالتها المعاصرة، كما يتأثر مفهومها بالتغيرات العالمية والتحولات السياسية والاجتماعية التي ساهمت في تنوع أنماط المواطنة (المدنية، السياسية، الاجتماعية والاقتصادية)، التي تظهر أهميتها

من خلال ممارسة المبادئ الديمقراطية في الحياة اليومية للمجتمعات بحيث تكون الديمقراطية جزء من الثقافة المجتمعية السائد. (حنان، ص34-35، 2014).

تأثير وسائل الإعلام على قيم المواطنة

لوسائل الإعلام دور كبير في تفعيل دور المواطنة والعمل على توجيهه، حيث يقوم دور وسائل الإعلام على نشر الوعي والثقافة، وتقوم وسائل الإعلام بدور رئيسي لنشر الثقافة وترسيخ القيم خاصة (قيم المواطنة والولاء والانتماء)، التي تعتبر من المقومات الحضارية بحيث تكون المادة الإعلامية تلبي حاجات المجتمع وتطلعاته وأهدافه، منسجمة بشكل يتميز بالصدق والأمانة. ومن أهم هذه الأدوار:

1) ترسيخ القيم والعادات الإيجابية التي تسهم في تقدم المجتمع وتطوره.
2) تزويد المجتمع بالمعلومات الصحيحة عن تاريخه وحضارته، وانتمائه لوطنه.
3) تأكيد أهمية القيم (الولاء، الانتماء، الوطنية) واحترام الآخرين.
4) من خلال الإعلانات تبين أهمية الوطن وضرورة حمايته من العدوان.
5) دور وسائل الإعلام في تكوين الشخصية الوطنية.
6) تقوم بدور كبير في بناء الشخصية الوطنية، عبر البـ ا رمج الهادفة إلى نشر ثقافة المواطنة والدعوة إلى التمسك بالانتماء الوطني والقومي واحترام التعددية (السياسية، الاجتماعية، الفكرية) كعامل قوة يضمن وحدة المجتمع وتماسكه وتشجيع ثقافة الحوار بين أفراد المجتمع. (العربي، ص139، 2006)

وتؤثر وسائل الإعلام، من جانب الى اخر، سلبا على قيم المواطنة من خلال العناصر التالية : الصورة الذهنية، وظيفة إضفاء المكانة، الأحداث الوهمية والزائفة.

الصورة الذهنية :إن العنصر الأساسي في تكوين الصورة الذهنية للمجتمع هو وسائل الإعلام عن طريق الرسائل الإعلامية. (المعلومة) التي تعمل على إثارة مسألة أو قضية معينة المدركة من طرف المواطن، حيث ينعكس التأثير الذهني على سلوك الأفراد وبالتالي تأثر قيم المواطنة والانتماء لديه، بحيث تعمل وسائل الإعلام على تضخيم القضايا والأحداث وتفضيل خبر عن آخر وهذا ما يلفت انتباه المواطنين، مما يعطيهم تعريفا للصورة الذهنية الموجودة لديهم حول قيم الانتماء وهذا راجع إلى المعلومات الإضافية الجديدة.

وظيفة إضفاء المكانة :حيث تشير وسائل الإعلام الانتباه نحو بعض الأشخاص والأحداث، فيتم إبرازهم وتحويلهم إلى شخصيات عامة وهذا ما ينعكس على قيم المواطنة لدى أفراد المجتمع بحيث ينقسم الرأي العام من خلال اعتقاد لديهم أن من تهتم به وسائل الإعلام؛ فهو إذن شخصية مهمة أو حدثا مهما فحين تنقص قيم الولاء والوطنية.

الأحداث الزائفة: تلعب أيضا الأحداث الزائفة دوراً سلبيا على القيم لاسيما منها قيم المواطنة هذا في خضم عمل وسائل الإعلام على خلق أحداث تهين على اهتمام المواطنين ورجال الأعمال خاصة.

قادة الرأي

قادة الرأي: هم مجموعة من الأفراد الذين لهم تأثير على سلوك الآخرين، نتيجة لتميزهم من نواح مختلفة مثل؛ شخصيتهم، مهاراتهم، أو اطلاعهم على الشأن العام، وغالبا ما يكونون أكثر استخداما لوسائل الاتصال من غيرهم، ونشأ هذا المفهوم عن نظرية تدفق الاتصال ذو الخطوتين (Two Steps Flow Theory) التي اقترحها بول لازرسفيلد (Paul Lazarsfeld) والياهو كاتز (Eliihu Katz). (مجاهد، ص40، 2011)

ويعرف (أفريت روجرز) **قادة الرأي** بأنهم أولئك الأشخاص أصحاب النفوذ في مجال استحسان الأفكار أو استهجانها. (روجرز، ص259، 1962)

ويعرف بوجاردوس (Bogardos) **القائد** بأنه ذلك الشخص الذي يمارس نفوذه على عدد من الناس، ويعرف (لندمان) القائد بأنه الشخص الذي يتقبل الناس أحكامه ومشورته ومشاعره باعتباره أساس العقيدة والسلوك. (المساري، ص109، 2015)

وفي هذا يقول (جوزيف كلابر) أن الناس يتأثرون بقادة الرأي والفكر في مجتمعاتهم تأثراً عميقا بصورة تفوق تأثرهم بوسائل الاتصال الجماهيرية، الرأي يعتبرون عناصر نموذجية مميزة وسط الجماعات التابعة لهم، ونظراً لأنهم بمثابة وكلاء لنقل المعلومات إلى هذه الجماعات، فينجذب إليهم الناس للرأي أو البحث عن النصح والمشورة، ويمارسون تأثيرهم على الجماهير بشكل متكرر بما يسهم في تحقيق الاستقرار داخل الجماعة. (Klapper, 1960, P.76)

قادة الرأي في المجتمعات هم الذين يحركون الرأي عند الأفراد والجماعات، وهم أفراد من: (رجال الأعمال، وأساتذة الجامعات، والقيادات الحزبية والمهنيون والمهندسون والمحامون، والكتاب

والصحفيون والفنانون، والقيادات النقابية، وكبار رجال الدولة، وطلبة الجامعات، وأئمة الجوامع وكبار رجال الدين، ويمتاز قادة الرأي بمجموعة من المواصفات، فهم يمثلون الجماعات التي ينتمون إليها، ويؤثرون فيها جيدا، وهم قادة للرأي في مجال اختصاصهم، وهم أكثر ابتكارية، وأكثر من غيرهم قدرة على الاتصال مع غيرهم من قادة الرأي، وهم أكثر عرضة لوسائل الإعلام، ومتواجدون في جميع الأوساط الاجتماعية.

أما بوتومور (Bottomore) فيعرف قادة الرأي بأنهم أشخاص يحتلون مكانة كبيرة في المجتمع، وذلك نتيجة لاحتلالهم مناصب عالية وذات شأن وقيامهم بوظائف مهمة في المجتمع. (Bottomore, 1964, P.8)

أما عن **دور قادة الرأي** فقد ذكر ليبمان أن كل واحدً منا في هذا العالم يعيش ويعمل على جزء صغير من سطح الأرض، ويتحرك في دائرة صغيرة ومعينة، ومن بين عدد كبير من المعارف لا يعرف إلا عدد قليل منهم عن كثب، ولا يرى من أي حدث عام واسع التأثير إلا وجهة نظر واحدة، ولكن في الوقت ذاته يجب علينا أن تشمل آراؤنا مجالاً أوسع، وتمتد لزمنٍ أطول من زماننا، وتتضمن عددا أكبر من الأشياء التي لا يمكن أن نلاحظها بصورة مباشرة، وبالتالي فهذه الآراء تنتج عما يقوله الآخرون وما نستطيع نحن تخيله. (Lippmann, 1922, p.59)

ويتعدد قادة الرأي بحسب خلفياتهم الثقافية والمعرفية والسياسية، فهم ما بين صفوة تعليمية (ناتجة عن التعليم)، وصفوة صناعية (كبار رجال الصناعة)، وصفوة سياسية وغيرها من الأنواع (الناتجة عن التميز في مجالات مختلفة)، والتي على الرغم من الفروق الموجودة بينها، إلا أنها تعمل في صورة متكاملة للإبقاء على المجتمع. (Carlton, 1996, P.6)

ثانياً: الدراسات السابقة

دراسة: جيمس James (2002)، بعنوان " تأثير وسائل الاتصال على اتجاهات المراهق وسلوكه السياسي"

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير وسائل الاتصال على اتجاهات المراهقين وسلوكهم السياسي، وقد انطلقت الدراسة من فرضية مفادها ان وسائل الاتصال لها تأثير فعال على الاتجاهات السياسية، وعلى المعرفة التامة، والاحاطة بالأحداث الداخلية والخارجية على الفرد، وقد اجريت الدراسة في الولايات المتحدة الأمريكية وطبقت على طلبة المدارس من الفئة العمرية (13 – 18) سنة، واتبعت المنهج المسحي في البحث وقد توصلت الدراسة الى ان متابعة وسائل الاعلام يزيد من الدافعية السياسية والمشاركة العامة لدى المتلقين، وتزيد من الاهتمام السياسي لديهم وكذلك توصلت الى ان وسائل الاعلام تؤثر في تشكيل مواقف واتجاهات طلبة المدارس إزاء الاحداث التي تجري داخل وخارج الولايات المتحدة الأمريكية.

دراسة: أبو ورده (2008): بعنوان "أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية على التوجه والانتماء السياسي، طلبة جامعة النجاح أنموذجاً".

هدفت هذه الدراسة على الأثر الذي تتركه المواقع الإلكترونية الفلسطينية على طلبة جامعة النجاح الوطنية في نابلس كنموذج لطلبة الجامعات الفلسطينية، وتحديد العلاقة بين المواقع الإلكترونية الإخبارية والتوجهات والانتماءات السياسية لدى الطلبة لمعرفة أثارها الإيجابية والسلبية. وقد اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. وتكون مجتمع الدراسة من طلبة جامعة النجاح وتكونت العينة من 1000 طالب وطالبة.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج مفادها أن ما نسبته (96.6%) و(75.4%) من الذكور والإناث على التوالي يتابعون المواقع الإلكترونية الإخبارية. وأن الصورة المرفقة بالخبر سبباً لمتابعته وذلك بنسبة (93.1%) من حجم العينة. وقد زادت المواقع الإلكترونية من وتيرة التعصب الحزبي الفصائلي في صفوف الطلبة وذلك بنسبة (76.4%) من حجم العينة. وأنه من المثير للانتباه أن المواقع الإلكترونية لها دور كبير في الاستقطاب السياسي بين الطلبة بنسبة (75%) من العينة.

دراسة: التميمي (2009): استخدامات الشباب الجامعي الأردني لإذاعات الـFM والإشباعات المتحققة منها.

هدفت الدراسة للكشف عن دوافع استخدام الشباب الجامعي الأردني لإذاعات الـ FM والإشباعات المتحققة منها، بالإضافة إلى أنواع البرامج واسماء المحطات والبرامج والمذيعين الذين يفضل الشباب الجامعي الاستماع إليهم، والكشف عن اللغة واللهجة التي يفضلها الشباب الجامعي في البرامج الإذاعية، وعادات الاستماع لدى الشباب الجامعي والأثار التي يتركها الاستماع للإذاعات في حياتهم.

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي بأسلوب المسح الميداني، وذلك باستخدام (الاستمارة) لعينة عشوائية متعددة المراحل، واشتملت على 414 طالباً وطالبة من جامعتي الأردنية والبترا.

خلصت الدراسة الى عدة نتائج منها:

1 - إن 736% من الشباب الذين يتعرضون لإذاعات الـFM يستمعون إليها بدافع التسلية والترفيه والاستماع، وما نسبته 45.8% يستمعون إليها بدافع تمضية الوقت وملئ الفراغ،

بينما يتعرض 27.7% من الشباب الجامعي الذين يستمعون للإذاعات بدافع الأخبار والأحداث الجارية، و 23.3% بدافع اكتساب المعرفة والمعلومات.

2 - أجمع 83.8% من الشباب الجامعي الذين يتعرضون لإذاعات الـFM على أدائهم ويفضلون الاستماع إلى الأغاني والمقطوعات الموسيقية.

دراسة: المطيري (2009) : دور برامج الإذاعة المدرسية في تعزيز قيم الانتماء الوطني .

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور برامج الإذاعة المدرسية في تعزيز الانتماء الوطني من وجهة نظر الطلاب والمعلمين ، واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي واعتمدت على أداة الاستبانة لجمع بيانات هذه الدراسة ، وتوصلت هذه الدراسة إلى ان الطلاب والمدرسين من محافظة عنيزة يوافقون على دور الإذاعة الداخلية في تعزيز القيم والمعارف الوطنية و المشاركة والحوار والانتماء للوطن ومكتسباته لدى طلاب المرحلة الثانوية ، عدم وجود اختلاف جوهري(معنوي) في مستوى استجابة الطلاب نحو دور الإذاعة الداخلية في تعزيز الانتماء الوطني تعزى للعمر والدخل الشهري وتعليم الأب وإلام ، وجود اختلاف جوهري (معنوي) في مستوى استجابة الطلاب نحو تعزيز الانتماء الوطني باختلاف عمل الأب وإلام .

دراسة: باتل (2010). (Patil)، "دور الإذاعة المجتمعية في تنمية المناطق الفقيرة" دراسة ميدانية.

هدفت التعرف على دور الإذاعة المجتمعية في تنمية المناطق الفقيرة، استخدم فيها منهج المسح الميداني من بداية شباط حتى نيسان 2001م، في خمس مقاطعات في الهند، حيث تم تقسيم

المستمعين إلى مجموعات عدة، حيث تستمع هذه المجموعات إلى هذه الإذاعة مرتين في الأسبوع لمدة نصف ساعة، ثم يتم جمعهم في حلقة نقاش بعضهم مع بعض لحوالي نصف ساعة، لمناقشة المواضيع التي استمعوا إليها. وأظهرت النتائج أن الإذاعة المحلية قد عملت بشكل نوعي على إيجاد إسهام فعلي في تبادل الأفكار في المناطق الفقيرة، إضافة إلى استجابة نوعية وإيجابية من خلال الاستماع لهذه الإذاعة، حيث أشارت إلى أن الإذاعة أحدثت عديدا من التغيرات الأساسية في المجتمعات الفقيرة.

كما أشارت الدراسة إلى إمكانية الترويج للقضايا التنموية، والتوعية من أجل الحفاظ على التنوع الثقافي لهذه المجتمعات، من خلال إشراك الأفراد في برامج الإذاعة التنموية لتحسين مستوياتهم الثقافية.

دراسة: حمايل (2011) (اثر إذاعة امن اف ام في تعزيز الانتماء الوطني لدى الطلبة الجامعيين-جامعة الشرق الأوسط أنموذجا).

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور إذاعة امن اف ام في تعزيز الانتماء الوطني لدى الطلبة الجامعيين مع التطبيق على طلبة جامعة الشرق الأوسط.

انتهجت الدراسة المنهج الوصفي باستخدام أداة الدراسة الاستبانة والمقابلة كأدوات لجمع البيانات لهذه الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى:

1- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى(a=0.05) بين تقديرات أفراد عينة الدراسة حول دور إذاعة امن اف ام في تعزيز الانتماء الوطني لدى الطلبة الجامعيين في جامعة الشرق الأوسط، تعزى لمتغير الجنس.

2- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (a=0.05)بين تقديرات أفراد عينة الدراسة حول دور إذاعة امن اف ام في تعزيز الانتماء الوطني لدى الطلبة الجامعيين في جامعة الشرق الأوسط، تعزى لمتغير المستوى الدراسي، بدلالة قيمة (ف) الإحصائية البالغة (0.551).

3- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (a=0.05)بين تقديرات أفراد عينة الدراسة حول دور إذاعة امن اف ام في تعزيز الانتماء الوطني لدى الطلبة الجامعيين في جامعة الشرق الأوسط، تعزى لمتغير الكلية، بدلالة قيمة (ف) المحسوبة البالغة 30794 دلالة إحصائية عند مستوى 0.001.

<u>دراسة:</u> علي (2012). استخدامات طلاب الجامعات للبرامج الثقافية في الإذاعة المصرية والإشباعات تحققها لهم.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدام الشباب الجامعي للبرامج الثقافية في الإذاعة المصرية والإشباعات المتحققة منها ، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي وطبقت الدراسة على عينة من الشاب الجامعي من سن (18-21) سنة للتعرف على استخدامهم للبرامج الثقافية في الإذاعة والإشباعات التي تحققها لهم، وتوصلت الدراسة أن أهم الإشباعات المبحوثين من الاستماع

للبرامج الثقافية في الإذاعة إن تزيد من معلومات المتلقي في الحوارات العامة والنقاشات بين الطلبة في الأمور العامة ، وأضحت نتائج أن الأشياء التي تعجب المبحوثين في البرامج بالإذاعة أنها تشجيع على الحوار والمناقشة وتزيد من المعرفة وتنمية الشخصية الطلابية لخدمة المجتمع.

دراسة: الحربي (2013): الصحف الالكترونية القبلية وتوافقها مع توجهات الوحدة الوطنية في المجتمع السعودي.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة محتوى الصحف الالكترونية القبلية ومدى توافقها مع توجهات الوحدة الوطنية ، وتمثل مجتمع الدراسة في الصحف الالكترونية القبلية التي تصدرها القبائل السعودية وتنشر على صفحات الانترنت وتم تطبيق الدراسة على عينة من هذه الصحف بلغ عددها ست صحف ، واستخدمت الدراسة المنهج الكيفي بأسلوب تحليل المحتوى ، وتوصلت الدراسة الى عدد من النتائج أهمها أن الموضوعات التي تنقلها

الصحف الالكترونية القبلية تخص القبيلة وأن سبب نقلها لهذه الموضوعات لأنها عن أبناء القبيلة أن القيم الغالبة في الصحافة الالكترونية القبلية هي العنصرية القبلية والولاء للقبيلة من نتائج الدراسة إن محتوى الصحف الالكترونية القبلية لا يتوافق مع توجهات الوحدة الوطنية في المجتمع السعودي.

دراسة: سعد الدين (2013). القيم الوطنية في محتوى مناهج الدراسات الاجتماعية لمرحلة التعليم الأساسي في سورية " دراسة تحليلية "

هدفت هذه الدراسة على التعرف على مدى توافر القيم الوطنية في محتوى مناهج الدراسات الاجتماعية لمرحلة التعليم الأساسي، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام

أسلوب تحليل المحتوى ، وإما عينة الدراسة فقد اقتصرت على محتوى منهج الدراسات الاجتماعية للصفين الرابع والخامس من مرحلة التعليم الأساسي .

وقد توصلت الدراسة إلى وجود تفاوت في مدى توافر القيم في محتوى منهج الدراسات الاجتماعية للصفين الرابع والخامس، توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين التوزيع الداخلي للقيم في محتوى منهج الدراسات الاجتماعية للصفين الرابع والخامس.

دراسة: الحميدات (2013): الإعلام السياحي في الأردن"إذاعة سياحية FM" نموذجا.

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن واقع الإعلام السياحي المسموع من خلال دراسة إذاعة سياحة FMهدفت أيضا للتعرف على مواكبة الإذاعة للاحتياجات التنموية في القطاع السياحي في الأردن، من وجهة نظر العاملين في هذا القطاع، واستخدمت دراسة المنهج الوصفي المسحي، واستخدمت الاستبانة والمقابلة كأدوات لها ،حيث طبقت على الاستبانة على العاملين في القطاع السياحي في بشقيه الحكومي والخاص وتم مقابلة العاملين والقائمين على الإذاعة السياحية.

وتوصلت الدراسة إلى أن المقطوعات الموسيقية والأغاني حصلت على مواقع متقدمة بالنسبة إلى غيرها من المواد الإعلامية التي تبث عبر إذاعة سياحية FM،من نتائج الدراسة إن الآثار السلوكية من أكثر الآثار التي توقعها المستجيبون جراء الاستماع لبرامج إذاعة سياحة FM،إن فاعلية برامج الإذاعة في الترويج للمواقع والأنشطة السياحية في الأردن جاءت بدرجة متوسطة .

<u>دراسة:</u> جوادي (2014) : دور الإعلام الرياضي في ترقية الروح الوطنية لدى الجمهور الرياضي الجزائري.

هدفت هذه الدراسة معرفة مدى مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في ترسيخ بعض القيم الاجتماعية والأخلاقية لدى المواطنين، وما هي الأدوار الحديثة التي أضحت الصحافة الرياضية تقوم بها في تعزيز القيم الوطنية ومعرفة دورها في تشكيل وتعزيز قيم الروح الوطنية لدى الجمهور الرياضي الجزائري، واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام أداة الاستبانة، وتوصلت الدراسة إن للإعلام الرياضي المكتوب ادوار في توعية الجماهير في تعزيز تعلق الجمهور بوطنه ، وتعزيز حب الوطن والانتماء إلى هذا الوطن ، من نتائج الدراسة إن الجمهور الرياضي من خلال مطالعته واهتمامه بالشأن الرياضي الوطني عبر الصحف الرياضية الوطنية فإنها تزرع الروح الوطنية لدى هذه الجماهير .

<u>دراسة</u>: نصرالله (2014) : دور البرامج السياسية في التلفزيون الفلسطيني في تعزيز الوحدة الوطنية الفلسطينية من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية : جامعة بيرزيت أنموذجا .

هدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على مدى ثقة المبحوثين في البرامج السياسية التي يبثا التلفزيون الفلسطيني كمصدر للمعلومات حول قضية تعزيز الوحدة الوطنية مقارنة بوسائل الفلسطينية الأخرى، تكون مجتمع الدراسة من طلبة الجامعات في الضفة الغربية ، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي ، وتوصلت الدراسة إلى أهم نتائج وجود علاقة طردية بين ثقة الجامعات الفلسطينية في التلفزيون الفلسطيني والاعتماد عليه كمصدر معلومات حول تعزيز الوحدة الوطنية، كما أظهرت الدراسة وجود علاقة ايجابية بين البرامج السياسية التي يبثها التلفزيون الفلسطيني

ومقدار التأثير في المتلقين ، بالإضافة إلى عدم وجود علاقة بين مشاهدة الجمهور للبرامج السياسية وزيادة وعي الجمهور بأهمية الوحدة .

<u>دراسة</u>: الليمون (2014)، اتجاهات المواطن الأردني إزاء الإعلام الأمني التابع لجهاز الأمن العام إذاعة (أمن اف ام) نموذجا: (دراسة مسحية تحليلية).

تهدف هذه الدراسة للكشف عن واقع الإعلام الأمني المسموع ، من خلال دراسة إذاعة (أمن اف ام)، التي تتبع لجهاز الأمن العام الأردني ، من أجل التعرف على اتجاهات المواطنين الأردنيين إزاء هذا النوع من الإعلام المتخصص ، وإيضاح مدى مواكبة إذاعة (أمن اف ام) لتطلعات المواطنين من خلال ما تقدمه من برامج ومواد أمنية تعود بالفائدة على المجتمع.

استخدمت هذه الدراسة المنهج المسحي التحليلي ، من خلال صحيفة الاستبانة التي وزعت على المواطنين الأردنيين في عمان وضواحيها كمجتمع للدراسة، وطبقت الدراسة على عينة من (418) مواطنا أردنياً من كلا الجنسين، وظهرت حالة من التباين في اتجاهات المواطنين إزاء ما تقدمه إذاعة (أمن اف ام) خلال أسئلة الاستبانة.

توصلت الدراسة الى عدد من النتائج أهمها:

– إن الأغاني الوطنية الأردنية، حصلت على مرتبة متقدمة بالنسبة إلى غيرها من المواد الإعلامية التي تبث عبر إذاعة (أمن اف ام) مما يبين أن الاغاني الوطنية أتت من أكثر اهتمامات القائمين على الإذاعة وعلى سلم أولويات المواد التي تبث في الإذاعة.

–إن أوقات تقديم البرامج حصلت على مرتبة متدنية بالنسبة لغيرها من الأسئلة الفرعية للسؤال الأول في الاستبيان، مما جعل حالة من التباين تظهر في اتجاهات المواطنين الأردنيين إزاء البرامج والمواد التي تقدمها الإذاعة.

-ظهرت الاثار المعرفية من خلال التوعية والتثقيف من مخاطر الجريمة في المرتبة الأولى من حيث درجات التأثير، يليها بالمرتبة الثانية الاثار السلوكية التي تتحدث عن مساعدة رجال الأمن العام للحد من الجريمة والتخفيف من حوادث السير على الطرقات.

تعليق على الدراسات السابقة:

ومن خلال استعراض الباحث للدراسات السابقة، يمكن التعليق عليها بما يلي:

1) أن الدراسات السابقة أظهرت أن الجمهور يستخدم الإذاعات لمعرفة الأخبار والأحداث الجارية وللترفيه والاستماع إلى الموسيقى.

2) أن الدراسات السابقة بينت أن الإذاعات تعمل على تعزيز قيمة الانتماء للوطن ووحدة صفة لدى الجمهور.

وتختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في أنها تتحدث عن دور إذاعة هلا التابعة للقوات المسلحة الأردنية في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن وتقييم قادة الرأي في الأردن لدورها في هذا المجال حيث لا توجد دراسة تتحدث عن هذا الموضوع تحديدا، باستثناء دراسة قريبة من هذا الموضوع وهي دراسة حمايل 2011 التي تتحدث عن اثر اذاعة امن اف ام في تعزيز الانتماء الوطني لدى طلبة الجامعات، إلا أن هنالك اختلاف ما بين الدراستين في أن الدراسة الحالية تتحدث عن دور اذاعة قوات مسلحة (جيش) بينما السابقة تتحدث عن دور إذاعة أمنية، والدراسة الحالية أخذت جانب الانتماء الوطني كموضوع فرعي من أحد مواضيع الدفاع عن الوطن فالدراسة الحالية هي أشمل من دراسة حمايل 2011.

ساعدت هذه الدراسات الباحث في جوانب عدة، منها المساهمة في وضع التصور العام للدراسة وكذلك تحديد مشكلة الدراسة وأهدافها، كما ساهمت هذه الدراسات في تحديد أهم جوانب الدراسة

المنهجية في تحديد نوع العينة وصياغة تساؤلات الدراسة، وكذلك تحديد المنهج والأدوات المناسبة للدراسة الحالية، من خلال اطلاع الباحث على المنهج المستخدم في الدراسات وخصوصاً الدراسات التي اعتمدت على منهج المسح بالاستبانة، إضافة الى قراءة الأدب النظري لهذه الدراسات والتعرف الى بعض المراجع المفيدة فيها، كما أسهمت هذه الدراسات في التعرف الى كيفية عرض نتائج الدراسة والتعليق عليها.

كما استفادت الباحث من بعض الدراسات التي ليس لها علاقة مباشرة بالدراسة، فيما يتصل بوضع التعريفات الإجرائية، ومعرفة واقع هذه البرامج، ووضع المقاييس الخاصة بالعوامل المتعلقة بالدراسة، كما استفادت الباحثة في تكوين صورة واضحة عن طبيعة العمل البحثي ومنهجيته بشكل عام.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

منهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية المسحية، والمنهج الوصفي يهدف إلى دراسة الواقع ويهتم بها بوصفه وصفا دقيقا ويعبر عنه تعبيرا كيفيا، ويرتبط مفهوم المنهج الوصفي بدراسة الإحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليها وتفسيرها، بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع، أو تحديثه واستكماله أو تطويره .(عمر، ص210، 2008) .

مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من قادة الرأي في الأردن، والمقسمين على النحو التالي:

1- فئة الوزراء والأعيان والنواب وعددهم (150) .

2- فئة قادة الرأي في الوسط الإعلامي من صحفيين ومحررين في العاصمة عمان وعددهم (1042) .

3- فئة الأكاديميون والأساتذة في الجامعات الحكومية في العاصمة عمان وعددهم (1600) .

4- فئة الوجهاء في العاصمة وعددهم (100) تقريباً.

عينة الدراسة:

تم اختيار نوع العينة بالطريقة العشوائية الطبقية، طبقاً لطبيعة هذة الدراسة، والعينة العشوائية تقوم على اساس تقسيم مجتمع البحث الى طبقات مختلفة تتماثل فيما بينها بدرجة من التجانس، ويطلق

على كل فئة او طبقة من هذه الفئات او الطبقات category بالانجليزية وهي من حيث درجة التمثيل لعناصر المجتمع الاصلي تنتمي الى العينة العشوائية الاحتمالية.

ولما كان مجتمع البحث مكون من (361) مفردة، فأن الباحث اختار عينة عشوائية طبقية بلغت (339) مفردة تمثل ما نسبته (93.9%)، بعد ان تم استبعاد عدد من الاستبانات الغير صالحه للتحليل الاحصائي.

حيث مثلت العينة كما يلي:

1- فئة الوزراء والأعيان والنواب 40 استبانة.

2- فئة قادة الرأي في الوسط الإعلامي من صحفيين ومحررين في العاصمة عمان (207) استبانة.

3- فئة الأكاديميون والأساتذة في الجامعات الحكومية في العاصمة عمان (94) استبانة.

4- فئة الوجهاء في العاصمة (20) استبانة.

ويوضح الجدول (1) توزيع أفراد العينة تبعاً للمتغيرات الخصائص الشخصية والديموغرافية.

الجدول(1): توزيع عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الشخصية والديموغرافية

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
السن	اقل من 30 سنة	91	26.84
	من 31 إلى اقل من 40 سنة	105	30.97
	من 40 إلى اقل من 50 سنة	60	17.70
	من 50 إلى اقل من 60 سنة	54	15.93
	من 60 سنة فأكثر	29	8.55
	المجموع	**339**	**100.0**
التحصيل العلمي	ثانوية عامة	0.00	0.00
	دبلوم بعد الثانوية	2	0.59
	بكالوريوس	88	25.96
	دبلوم عالي بعد البكالوريوس	97	28.61
التحصيل العلمي	ماجستير	136	40.12
	دكتوراه	16	4.72
	المجموع	**339**	**100.0**
المنصب	صحفي	200	59.00

المنصب	أكاديمي	90	26.55
	وزير	18	5.31
	نائب	17	5.01
	وجهاء عشائر	14	4.13
	المجموع	**339**	**100.0**

أداة الدراسة:

1 تم تصميم استبانة تضمنت مقاييس أهداف الدراسة وتجيب عن أسئلتها، إذ تكونت هذه الاستبانة من أربعة محاور بهدف الوصول إلى النتائج المرجوة.

ولغايات تحقيق أهداف هذه الدراسة، قام الباحث ببناء استبانة تم تطبيقها على عينة قصديه من قادة الرأي في الأردن، من أجل الحصول على النتائج وتكونت فقرات الاستبانة من النوع المغلق.

وتكونت الاستبانة بصورتها النهائية من أربع محاور تحتوي على (40) فقرة، حيث استخدم الباحث مقياس ليكرت للتدرج الخماسي بهدف قياس آراء أفراد عينة الدراسة، وتم بدرجة كبيرة جداً (5)، بدرجة كبيرة (4)، بدرجة متوسطة (3)، بدرجة منخفضة (2)، منخفضة جداً (1)، وذلك بوضع إشارة (√) أمام الإجابة التي تعكس درجة موافقتهم، كما تم الاعتماد على التصنيف التالي للحكم على المتوسطات الحسابية كالتالي:

- أقل من 2.33 منخفضة.
- من 2.34–3.66 متوسطة.
- من 3.67 إلى 5.00 مرتفعة.

وتكونت الاستبانة من المجالات التالية:

المجال الأول: دور إذاعة "هلا " في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية.

المجال الثاني: أساليب إذاعة "هلا " في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية.

المجال الثالث: الإشباعات التي حققتها إذاعة هلا للجمهور الأردني في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن

المجال الرابع: درجة الرضا عن أداء إذاعة هلا في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن

2 - قام الباحث بعمل مقابلة مع مدير إذاعة هلا سامر فاخوري، تم خلالها الحديث عن إذاعة هلا ودورها في المجتمع المحلي، وقد تم ذكر حديث المقابلة كاملاً في المحور الثاني من الفصل الثاني.

صدق الأداة:

يقصد بصدق الاستبانة أن تقيس الأسئلة ما وضعت لقياسه، وقام الباحث بالتأكد من صدق الاستبانة من خلال اختبار الصدق، حيث عرض الباحث الاستبانة على مجموعه من المحكمين تألفت من (10) من أعضاء الهيئة التدريسية والمختصين وقد استجاب الباحث لآراء المحكمين وقام بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة.

ثبات الأداة:

بهدف استخراج ثبات أداة الدراسة تم تطبيق معادلة ثبات الأداة (كرونباخ ألفا) على جميع مجالات الدراسة والأداة ككل للعينة الاستطلاعية والبالغة (40) فرد، والجدول (2) يوضح ذلك.

الجدول (2): معاملات كرونباخ ألفا الخاصة بمجالات الدراسة والأداة ككل

الرقم	المجال	عدد الفقرات	معامل الثبات
1	دور إذاعة "هلا" في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية	23	0.84
2	أساليب إذاعة "هلا " في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية	6	0.67
3	الإشباعات التي حققتها إذاعة هلا للجمهور الأردني في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن	6	0.74
4	درجة الرضا عن أداء إذاعة هلا في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن	5	0.64
جميع فقرات الاستبانة		40	0.90

يظهر من الجدول (2) أن معاملات كرونباخ ألفا لمجالات الدراسة تراوحت بين (0.64-0.84) كان أعلاها لمجال " دور إذاعة "هلا " في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية " ، وأدناها

لمجال " درجة الرضا عن أداء إذاعة هلا في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن "، وبلغ معامل كرونباخ ألفا للأداة ككل (0.90)، وجميع معاملات الثبات مرتفعة ومقبولة لأغراض الدراسة.

متغيرات الدراسة:

اشتملت الدراسة على المتغيرات الآتية:

أ- **المتغيرات التصنيفية :**

1 : الوظيفة

2 : المستوى التعليمي

4.السن

ب- **المتغيرات المستقلة:**

إذاعة هلا التابعة للقوات المسلحة الأردنية.

ج- **المتغيرات التابعة:**

القيم الوطنية.

المعالجة الإحصائية:

للإجابة عن أسئلة الدراسة تم استخدام المعالجات الإحصائية التالية من خلال برنامج الرزم الإحصائية (SPSS):

- التكرارات والنسب المئوية للمتغيرات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة.

- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن جميع مجالات أداة الدراسة.

- تحليل التباين الثلاثي ((3-way-ANOVA)).

الفصل الرابع:

عرض نتائج التحليل الإحصائي للدراسة

عرض نتائج أسئلة الدراسة

يتضمن هذا الفصل نتائج الدراسة التي هدفت إلى التعرف إلىتقييم قادة الرأي في الأردن لدور إذاعة "هلا" في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن، وسيتم عرض النتائج بالاعتماد على أسئلة الدراسة.

السؤال الأول للدراسة: كيف تساهم إذاعة هلا في تعزيز قيم الدفاع عن الوطن والمواطنة وما القيم الوطنية التي تقدمها الإذاعة؟

للإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية للمجالات والمقياس ككل والجدول ادناه يوضح ذلك.

1 القيم الوطنية التي تقدمها الإذاعة؟

الجدول (3): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال والمقياس ككل (ن=339)

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
1	دور إذاعة "هلا " في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية	3.12	0.34	3	متوسطة
2	أساليب إذاعة "هلا " في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية	3.09	0.45	4	متوسطة

3	الإشباعات التي حققتها إذاعة هلا للجمهور الأردني في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن	3.13	0.45	2	متوسطة
4	درجة الرضا عن أداء إذاعة هلا في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن	3.15	0.47	1	متوسطة
المقياس ككل		3.12	0.32	-	متوسطة

يظهر من الجدول (3) أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (3.09-3.15)، حيث جاء المجال رقم (4) "درجة الرضا عن أداء إذاعة هلا في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن "بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.15) وبدرجة متوسطة، وبالمرتبة الأخيرة المجال رقم (2) "أساليب إذاعة "هلا " في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية" بمتوسط حسابي (3.09) وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي **للمقياس ككل** (3.12) وبدرجة متوسطة.

2 -ما درجة مساهمة إذاعة هلا في تعزيز قيم الدفاع عن الوطن والمواطنة ؟

للإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية لفقرات المجال الاول والمجال ككل والجدول ادناه يوضح ذلك.

****المجال الأول: دور إذاعة "هلا " في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية.**

الجدول (4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال والمجال "دور إذاعة هلا في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية" ككل (ن=339)

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
1	تبث برامج يومية لرفع الروح الوطنية	3.09	0.69	16	متوسطة
2	تركز على حب الوطن ضمن برامجها اليومية	3.34	0.61	1	متوسطة
3	تعرف المواطن بمفهوم الولاء والدفاع عن الوطن	2.94	0.85	23	متوسطة
4	تبث مواضيع دورية لتوجيه المواطن للدفاع عن الوطن.	3.10	0.76	13	متوسطة
5	تعريف المواطن بمقومات الوحدة الوطنية	3.22	0.69	2	متوسطة
6	تساهم في تحقيق الأمن والاستقرار في الوطن	3.15	0.72	8	متوسطة
7	تنمي الشعور بأهمية المصلحة العامة وتفضيلها على المصلحة الخاصة	3.15	0.72	8	متوسطة
8	تتابع هموم الوطن والمواطن	3.09	0.73	16	متوسطة
9	تعمل على نشر الحقيقة بهدف القضاء على المعلومات الخاطئة والشائعات الضارة	3.03	0.79	20	متوسطة
10	تولي أهمية المحافظة على الممتلكات العامة ومنع العبث بها أهمية خاصة	3.00	0.81	22	متوسطة
11	التعريف بحقوق المواطن وواجباته	3.05	0.74	18	متوسطة

12	المساهمة إيجابياً في الإقبال على المنتجات الوطنية	3.01	0.82	21	متوسطة
13	تعرف المواطن بالهوية الوطنية من خلال بث التراث الوطني والقيم الصحيحة	3.21	0.66	4	متوسطة
14	تعزز أهمية التواصل بين أفراد المجتمع	3.11	0.76	12	متوسطة
15	تظهر قيم الإسلام ووسطيته وحب التسامح بين الأفراد	3.10	0.76	13	متوسطة
16	تعرف بعناصر ومقومات الوحدة الوطنية	3.05	0.76	18	متوسطة
17	تعرف المواطن بالمناطق الجغرافية في الوطن	3.14	0.71	10	متوسطة
18	تعرف المواطن بمكانة الأردن على الساحة العربية والعالمية	3.13	0.72	11	متوسطة
19	تدعو للمحافظة على المعالم الأثرية	3.16	0.60	7	متوسطة
20	تعرف المواطن بأهم الانجازات الوطنية	3.20	0.74	6	متوسطة
21	تعرف المواطن بعلماء الوطن ومفكريه	3.21	0.67	4	متوسطة
22	تعرف المواطن بالدور الحيوي للأردن في المنطقة والعالم	3.22	0.66	2	متوسطة
23	تعريفهم بالمظاهر والسلوكيات الخاطئة وسبل معالجتها	3.10	0.79	13	متوسطة
المجال "دور إذاعة "هلا " في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية " ككل		3.12	0.34	-	متوسطة

يظهر من الجدول (4) أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (2.94-3.34)، حيث جاءت الفقرة رقم (2) والتي تنص على "تركز على حب الوطن ضمن برامجها اليومية" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.34) وبدرجة متوسطة، وبالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (3) والتي تنص على "تعرف المواطن بمفهوم الولاء والدفاع عن الوطن" بمتوسط حسابي (2.94) وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي **للمجال "دور إذاعة "هلا " في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية" ككل** (3.12) وبدرجة متوسطة.

السؤال الثالث للدراسة: ما الأساليب الإذاعية التي أسهمت في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والمواطنة؟

للإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية لفقرات المجال الثاني والمجال ككل والجدول ادناه يوضح ذلك.

****المجال الثاني: أساليب إذاعة "هلا " في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية**

الجدول (5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال والمجال "أساليب إذاعة "هلا " في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية" ككل (ن=339)

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
1	**تبث الأغاني التي تتغنى بالوطن وحب الوطن**	**3.17**	**0.76**	**1**	**متوسطة**
2	**تستخدم موقع إلكتروني لبث المعلومات التي تعنى بتعزيز القيم الوطنية والدفاع عن الوطن**	**3.17**	**0.68**	**1**	**متوسطة**

3	**إعداد برامج عن المواطنة والوطن والدفاع بمشاركة المواطنين**	**3.11**	**0.71**	**4**	**متوسطة**
4	**تبث برامج من الشارع الأردني مهمتها تثقيف المواطنين بالولاء والدفاع عن الوطن والمواطنة**	**3.14**	**0.65**	**3**	**متوسطة**
5	**اعداد تقارير توضح ايجابيات الدفاع عن الوطن والمواطنة**	**2.91**	**0.89**	**6**	**متوسطة**
6	**نشر تقارير عن المنجزات الوطنية في المجالات كافه**	**3.07**	**0.70**	**5**	**متوسطة**
المجال "أساليب إذاعة "هلا " في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية " ككل		**3.09**	**0.45**	-	**متوسطة**

يظهر من الجدول (5) أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (2.91–3.17)، حيث جاءت الفقرة رقم (1) والتي تنص على "تبث الأغاني التي تتغنى بالوطن وحب الوطن" والفقرة رقم (2) والتي تنص على "تستخدم موقع إلكتروني لبث المعلومات التي تعنى بتعزيز القيم الوطنية والدفاع عن الوطن " بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.17) وبدرجة متوسطة، وبالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (5) والتي تنص على " اعداد تقارير توضح ايجابيات الدفاع عن الوطن والمواطنة" بمتوسط حسابي (2.91) وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي **للمجال** "**أساليب إذاعة** "**هلا** " **في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية**" **ككل** (3.09) وبدرجة متوسطة.

السؤال الرابع للدراسة: ما الإشباعات التي تحققت من خلال إذاعة "هلا" في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن؟

للإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية لفقرات المجال الثالث والمجال ككل والجدول ادناه يوضح ذلك.

****المجال الثالث: الإشباعات التي حققتها إذاعة هلا للجمهور الأردني في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن.**

الجدول (6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال والمجال "أساليب إذاعة "هلا " في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية" ككل (ن=339)

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
1	تبث الأغاني التي تتغنى بالوطن وحب الوطن	3.15	0.76	3	متوسطة
2	تستخدم موقع إلكتروني لبث المعلومات التي تعنى بتعزيز القيم الوطنية والدفاع عن الوطن	3.21	0.68	1	متوسطة
3	إعداد برامج عن المواطنة والوطن والدفاع بمشاركة المواطنين	3.10	0.71	4	متوسطة

4	تبث برامج من الشارع الأردني مهمتها تثقيف المواطنين بالولاء والدفاع عن الوطن والمواطنة	3.07	0.65	5	متوسطة
5	اعداد تقارير توضح ايجابيات الدفاع عن الوطن والمواطنة	3.03	0.89	6	متوسطة
6	نشر تقارير عن المنجزات الوطنية في المجالات كافه	3.21	0.70	1	متوسطة
المجال الإشباعات التي حققتها إذاعة هلا للجمهور الأردني في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن ككل		3.13	0.45	–	**متوسطة**

يظهر من الجدول (6) أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (3.03–3.21)، حيث جاءت الفقرة رقم (2) والتي تنص على "تستخدم موقع إلكتروني لبث المعلومات التي تعنى بتعزيز القيم الوطنية والدفاع عن الوطن " والفقرة رقم (6) والتي تنص على "نشر تقارير عن المنجزات الوطنية في المجالات كافه " بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.21) وبدرجة متوسطة، وبالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (5) والتي تنص على " اعداد تقارير توضح ايجابيات الدفاع عن الوطن والمواطنة " بمتوسط حسابي (3.03) وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي **للمجال** "**الإشباعات التي حققتها إذاعة هلا للجمهور الأردني في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن** " **ككل** (3.13) وبدرجة متوسطة.

السؤال الخامس للدراسة: ما درجة رضا قادة الرأي عن أداء إذاعة هلا في هذا المجال؟

للإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية لفقرات المجال الرابع والمجال ككل والجدول ادناه يوضح ذلك.

****المجال الرابع: درجة الرضا عن أداء إذاعة هلا في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن**

الجدول (7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال والمجال "درجة الرضا عن أداء إذاعة هلا في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن" ككل (ن=339)

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
1	توجيه الإذاعة المواطن لحب الوطن والدفاع عنه	3.30	0.67	1	متوسطة
2	مساهمة الإذاعة بتعزيز قيم المواطنة	3.19	0.71	2	متوسطة
3	تغطية الإذاعة للأحداث التي تعزز من حب الوطن	3.03	0.78	5	متوسطة
4	نشر قيم الانتماء الوطني	3.17	0.74	3	متوسطة
5	توجيه الإذاعة المواطن لحب الوطن والدفاع عنه	3.05	0.76	4	متوسطة
المجال "درجة الرضا عن أداء إذاعة هلا في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن " ككل		**3.15**	**0.47**	-	**متوسطة**

يظهر من الجدول (7) أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (3.03−3.30)، حيث جاءت الفقرة رقم (1) والتي تنص على "توجيه الإذاعة المواطن لحب الوطن والدفاع عنه " بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.30) وبدرجة متوسطة، وبالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (3) والتي تنص على "تغطية الإذاعة للأحداث التي تعزز من حب الوطن " بمتوسط حسابي (3.03) وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي **للمجال "درجة الرضا عن أداء إذاعة هلا في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن " ككل** (3.15) وبدرجة متوسطة.

السؤال السادس للدراسة: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور إذاعة هلا في تعزيز القيم الوطنية تعزى لمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب) من وجهة نظر قادة الرأي؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم تطبيق تحليل التباين الثلاثي (3-way-ANOVA) للكشف عن الفروق في دور إذاعة هلا في تعزيز القيم الوطنية من وجهة نظر قادة الرأي تُعزى للمتغيرات **(السن، التحصيل العلمي، المنصب)** الجداول أدناه توضح ذلك.

الجدول (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور إذاعة هلا في تعزيز القيم الوطنية تعزى لمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، الوظيفة) من وجهة نظر قادة الرأي تُعزى للمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب)

المتغيرات	الفئة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
السن	اقل من 30 سنة	3.15	0.30
	من 31 إلى اقل من 40 سنة	3.13	0.33
	من 40 إلى اقل من 50 سنة	3.07	0.37
	من 50 إلى اقل من 60 سنة	3.15	0.25
	من 60 سنة فأكثر	3.08	0.35
التحصيل العلمي	ثانوية عامة	3.04	0.33
	دبلوم بعد الثانوية	3.17	0.25
	بكالوريوس	3.09	0.34
	دبلوم عالي بعد البكالوريوس	3.05	0.37
	ماجستير	3.19	0.30
التحصيل العلمي	دكتوراه	3.12	0.29
المنصب	صحفي	3.13	0.32

	أكاديمي	3.11	0.33
	وزير	3.07	0.24
	نائب	3.13	0.35
	وجهاء عشائر	3.24	0.23

يظهر من الجدول (8) وجود فروق ظاهرية بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة في ، دور إذاعة هلا في تعزيز القيم الوطنية من وجهة نظر قادة الرأي تُعزى للمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب) ولمعرفة الدلالة الإحصائية لتلك الفروق تم تطبيق تحليل التباين الثلاثي-3 (way-ANOVA على دور إذاعة هلا في تعزيز القيم الوطنية من وجهة نظر قادة الرأي، والجدول (9) يوضح ذلك.

الجدول (9): نتائج تحليل التباين الثلاثي (3-way-ANOVA) للكشف عن الفروق في دور إذاعة هلا في تعزيز القيم الوطنية من وجهة نظر قادة الرأي تُعزى للمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب)

المتغير	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "f"	دلالة "f" الإحصائية
السن	0.625	4	0.156	1.530	0.192
التحصيل العلمي	1.410	5	0.282	1.761	0.118
المنصب	0.321	4	0.064	0.628	0.678
الخطأ	49.526	325	0.102		
المجموع المصحح	51.839	338			

يظهر من الجدول (9) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α≤0.05) دور إذاعة هلا في تعزيز القيم الوطنية من وجهة نظر قادة الرأي تُعزى للمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب) حيث لم تصل قيمة "f" لمستوى الدلالة الإحصائية.

السؤال السابع للدراسة: هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في اساليب اذاعة هلا في تقديم القيم من وجهة نظر المبحوثين تعزى لمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، الوظيفة)؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم تطبيق تحليل التباين الثلاثي (3-way-ANOVA)للكشف عن الفروق في اساليب اذاعة هلا في تقديم القيم من وجهة نظر المبحوثين تعزى لمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب) الجداول أدناه توضح ذلك.

الجدول (10): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعياريةلاساليب اذاعة هلا في تقديم القيم من وجهة نظر المبحوثين تعزى لمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب)

المتغيرات	الفئة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
السن	اقل من 30 سنة	91	3.14	0.44
	من 31 إلى اقل من 40 سنة	105	3.13	0.44
	من 40 إلى اقل من 50 سنة	60	3.04	0.43
	من 50 إلى اقل من 60 سنة	54	3.08	0.51

	من 60 سنة فأكثر	29	3.04	0.43
التحصيل العلمي	ثانوية عامة	0.00	2.95	0.55
	دبلوم بعد الثانوية	2	3.17	0.31
	بكالوريوس	88	3.09	0.46
	دبلوم عالي بعد البكالوريوس	97	3.02	0.47
	ماجستير	136	3.14	0.47
	دكتوراه	16	3.11	0.42
المنصب	صحفي	200	3.11	0.45
	أكاديمي	90	3.05	0.47
	وزير	18	3.09	0.45
	نائب	17	3.16	0.41
	وجهاء عشائر	14	3.25	0.46

يظهر من الجدول (10) وجود فروق ظاهرية بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة في ، أساليب اذاعة هلا في تقديم القيم من وجهة نظر المبحوثين تعزى لمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب) ولمعرفة الدلالة الإحصائية لتلك الفروق تم تطبيق تحليل التباين الثلاثي-3) (way-ANOVA على اساليب اذاعة هلا في تقديم القيم من وجهة نظر المبحوثين ، والجدول (11) يوضح ذلك.

الجدول (11): نتائج تحليل التباين الثلاثي (3-way-ANOVA) للكشف عن الفروق في لأساليب اذاعة هلا في تقديم القيم من وجهة نظر المبحوثين تُعزى للمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب)

المتغير	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "f"	دلالة "f" الإحصائية
السن	1.602	4	.400	1.976	.098
التحصيل العلمي	.712	5	.142	.702	.622
المنصب	.727	4	.182	.897	.466
الخطأ	65.883	648	.203		
المجموع المصحح	68.763	499			

يظهر من الجدول (11) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لأساليب اذاعة هلا في تقديم القيم من وجهة نظر المبحوثين تُعزى للمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب) حيث لم تصل قيمة "f" لمستوى الدلالة الإحصائية.

السؤال الثامن للدراسة: هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في تحديد الإشباعات من قبل اذاعة هلا لجمهورها من قادة الرأي تعزى لمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب)؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم تطبيق تحليل التباين الثلاثي (3–way–ANOVA)للكشف عن الفروق في **تحديد الإشباعات من قبل اذاعة هلا لجمهورها من قادة الرأي** تعزى لمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب)الجداول أدناه توضح ذلك.

الجدول (12): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتحديد الإشباعات من قبل اذاعة هلا لجمهورها من قادة الرأي تعزى لمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب)

المتغيرات	الفئة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
السن	اقل من 30 سنة	91	3.22	0.33
	من 31 إلى اقل من 40 سنة	105	3.12	0.48
	من 40 إلى اقل من 50 سنة	60	3.04	0.50
	من 50 إلى اقل من 60 سنة	54	3.14	0.46
	من 60 سنة فأكثر	29	3.15	0.37
التحصيل العلمي	ثانوية عامة	0.00	2.98	0.44
	دبلوم بعد الثانوية	2	3.12	0.37

	بكالوريوس	88	3.07	0.51
	دبلوم عالي بعد البكالوريوس	97	3.06	0.44
	ماجستير	136	3.22	0.41
	دكتوراه	16	3.14	0.46
المنصب	صحفي	200	3.13	0.45
	أكاديمي	90	3.12	0.42
	وزير	18	3.07	0.51
	نائب	17	3.20	0.66
	وجهاء عشائر	14	3.17	0.33

يظهر من الجدول (12) وجود فروق ظاهرية بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة في ، **تحديد الإشباعات من قبل اذاعة هلا لجمهورها من قادة الرأي** تعزى لمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب) ولمعرفة الدلالة الإحصائية لتلك الفروق تم تطبيق تحليل التباين الثلاثي-3) way-ANOVA) على تحديد الإشباعات من قبل اذاعة هلا لجمهورها من قادة الرأي ، والجدول (13) يوضح ذلك.

الجدول (13): نتائج تحليل التباين الثلاثي (3-way-ANOVA) للكشف عن الفروق في تحديد الإشباعات من قبل اذاعة هلا لجمهورها من قادة الرأي تُعزى للمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب)

المتغير	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "f"	دلالة "f" الإحصائية
السن	1.666	4	.416	2.048	.088
التحصيل العلمي	1.361	5	.272	1.338	.248
المنصب	.150	4	.037	.184	.947
الخطأ	66.095	648	.203		
المجموع المصحح	69.302	499			

يظهر من الجدول (13) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في تحديد الإشباعات من قبل اذاعة هلا لجمهورها من قادة الرأي تُعزى للمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب) حيث لم تصل قيمة "f" لمستوى الدلالة الإحصائية.

السؤال التاسع للدراسة: هل توجد فروق ذات دلالة احصائية بين قيم الوطنية التي تقدمها اذاعة هلا والاساليب التي تتبعها من وجهة نظر المبحوثين تعزى لمتغيرات (السن، والتحصيل العلمي، المنصب)؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم تطبيق تحليل التباين الثلاثي (3-way-ANOVA)للكشف عن الفروق في قيم الوطنية التي تقدمها اذاعة هلا والاساليب التي تتبعها من وجهة نظر المبحوثين تعزى لمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب)الجداول أدناه توضح ذلك.

الجدول (14): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقيم الوطنية التي تقدمها اذاعة هلا والاساليب التي تتبعها من وجهة نظر المبحوثين تعزى لمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب)

المتغيرات	الفئة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
السن	اقل من 30 سنة	91	3.15	0.49
	من 31 إلى اقل من 40 سنة	105	3.14	0.48
	من 40 إلى اقل من 50 سنة	60	3.08	0.51
	من 50 إلى اقل من 60 سنة	54	3.26	0.37
	من 60 سنة فأكثر	29	3.11	0.47
التحصيل العلمي	ثانوية عامة	0.00	2.99	0.54
	دبلوم بعد الثانوية	2	3.24	0.39
	بكالوريوس	88	3.09	0.52
	دبلوم عالي بعد البكالوريوس	97	3.08	0.52

	ماجستير	136	3.22	0.43
	دكتوراه	16	3.15	0.42
المنصب	صحفي	200	3.16	0.47
	أكاديمي	90	3.14	0.48
	وزير	18	2.99	0.49
	نائب	17	2.98	0.53
	وجهاء عشائر	14	3.41	0.17

يظهر من الجدول (14) وجود فروق ظاهرية بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة في القيم الوطنية التي تقدمها اذاعة هلا والاساليب التي تتبعها من وجهة نظر المبحوثين تعزى لمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب)ولمعرفة الدلالة الإحصائية لتلك الفروق تم تطبيق تحليل التباين الثلاثي(3-way-ANOVA) على قيم الوطنية التي تقدمها اذاعة هلا والاساليب التي تتبعها من وجهة نظر المبحوثين ، والجدول (15) يوضح ذلك.

الجدول (15): نتائج تحليل التباين الثلاثي (3-way-ANOVA) للكشف عن الفروق في قيم الوطنية التي تقدمها اذاعة هلا والاساليب التي تتبعها من وجهة نظر المبحوثين تُعزى للمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب)

المتغير	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "f"	دلالة "f" الإحصائية
السن	1.381	4	.345	1.605	.173
التحصيل العلمي	1.974	5	.395	1.835	.106
المنصب	1.830	4	.458	2.127	.077
الخطأ	69.913	648	.215		
المجموع المصحح	75.179	499			

يظهر من الجدول (15) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α≤0.05) للقيم الوطنية التي تقدمها اذاعة هلا والاساليب التي تتبعها من وجهة نظر المبحوثين تُعزى للمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب) حيث لم تصل قيمة "f" لمستوى الدلالة الإحصائية.

الفصل الخامس:

مناقشة نتائج الدراسة وتوصياتها

النتائج العامة للدراسة

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي لآراء عينة الدراسة من قادة الرأي في المجتمع الأردني ما يلي:

1. حيث حصلت "درجة الرضا عن أداء إذاعة هلا في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن "بالمرتبة الأولى بدرجة متوسطة وبمتوسط حسابي بلغ (3.15)، وبالمرتبة الأخيرة "أساليب إذاعة "هلا " في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية" بمتوسط حسابي (3.09) وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي **للمقياس ككل** (3.12) وبدرجة متوسطة.

2. حيث أتت فقرة "التركز على حب الوطن ضمن برامجها اليومية" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.34) وبدرجة متوسطة، تعرف المواطن بالدور الحيوي للأردن في المنطقة والعالم بدرجة متوسطة وبمتوسط حسابي بلغ (3.22)، بينما حلت بالمرتبة الأخيرة فقرة "تعرف المواطن بمفهوم الولاء والدفاع عن الوطن" بمتوسط حسابي (2.94) وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي **للمجال** "**دور إذاعة** "**هلا** " **في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية**" **ككل** (3.12) وبدرجة متوسطة.

3. حيث أظهرت النتائج في هذا المجال أن فقرة التي "تبث الأغاني التي تتغنى بالوطن وحب الوطن" والفقرة التي "تستخدم موقع إلكتروني لبث المعلومات التي تعنى بتعزيز القيم الوطنية والدفاع عن الوطن " حلتا بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.17) وبدرجة متوسطة، بينما حل بالمرتبة الأخيرة " اعداد تقارير توضح ايجابيات الدفاع عن الوطن والمواطنة" بمتوسط

حسابي (2.91) وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي **للمجال** "**أساليب إذاعة** "**هلا** " **في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية**" **ككل** (3.09) وبدرجة متوسطة.

4. حيث حلت درجة الإشباع "تستخدم موقع إلكتروني لبث المعلومات التي تعنى بتعزيز القيم الوطنية والدفاع عن الوطن " والفقرة "نشر تقارير عن المنجزات الوطنية في المجالات كافه " على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.21) وبدرجة متوسطة، بينما حل في المرتبة الأخيرة فقرة "اعداد تقارير توضح ايجابيات الدفاع عن الوطن والمواطنة " بمتوسط حسابي (3.03) وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي **للمجال** "**الإشباعات التي حققتها إذاعة هلا للجمهور الأردني في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن** " **ككل** (3.13) وبدرجة متوسطة.

5. حيث حلت فقرة "توجيه الإذاعة المواطن لحب الوطن والدفاع عنه " على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.30) وبدرجة متوسطة، بينما حل في المرتبة الأخيرة فقرة " تغطية الإذاعة للأحداث التي تعزز من حب الوطن " بمتوسط حسابي (3.03) وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي **للمجال** "**درجة الرضا عن أداء إذاعة هلا في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن** " **ككل** (3.15) وبدرجة متوسطة.

6. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في **دور إذاعة هلا في تعزيز القيم الوطنية من وجهة نظر قادة الرأي تُعزى للمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب)** حيث لم تصل قيمة "F" لمستوى الدلالة الإحصائية، وهذا يدل على تقارب وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول دور إذاعة هلا في تعزيز القيم الوطنية بغض النظر عن متغيراتهم الشخصية والوظيفية.

7. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α≤0.05) في **دور إذاعة هلا في جميع مجالات تعزيز القيم الوطنية من وجهة نظر قادة الرأي تُعزى للمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب)** حيث لم تصل قيمة "F" لمستوى الدلالة الإحصائية.

8. أظهرت نتائج التحليل الإحصائي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α≤0.05) **لأساليب اذاعة هلا في تقديم القيم من وجهة نظر المبحوثين تُعزى للمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب)** حيث لم تصل قيمة "f" لمستوى الدلالة الإحصائية.

9. أظهرت نتائج التحليل الإحصائي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α≤0.05) في **تحديد الإشباعات من قبل اذاعة هلا لجمهورها من قادة الرأي تُعزى للمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب)** حيث لم تصل قيمة "f" لمستوى الدلالة الإحصائية.

10. أظهرت نتائج التحليل الإحصائي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α≤0.05) **للقيم الوطنية التي تقدمها اذاعة هلا والاساليب التي تتبعها من وجهة نظر المبحوثين تُعزى للمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب)** حيث لم تصل قيمة "f" لمستوى الدلالة الإحصائية.

مناقشة نتائج الدراسة

مناقشة نتائج السؤال الأول للدراسة: كيف تساهم إذاعة هلا في تعزيز قيم الدفاع عن الوطن والمواطنة وما القيم الوطنية التي تقدمها الإذاعة؟؟

أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (3.09–3.15)، حيث جاءت "درجة الرضا عن أداء إذاعة هلا في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.15) وبدرجة متوسطة، وجاءت الإشباعات التي حققتها إذاعة هلا للجمهور الأردني في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن بالمرتبة الثانية وبدرجة متوسطة بلغت (3.13)، وبالمرتبة الأخيرة "أساليب إذاعة "هلا " في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية" بمتوسط حسابي (3.09) وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي **للمقياس للقيم ككل** (3.12) وبدرجة متوسطة.

أشارت المتوسطات الحسابية تراوحت بين (2.94–3.34)، حيث جاءت الفقرة التي تنص على "تركز على حب الوطن ضمن برامجها اليومية" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.34) وبدرجة متوسطة، وفقرة "تعريف المواطن بالدور الحيوي للأردن في المنطقة والعالم" بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي بلغ (3.22) وبدرجة متوسطة، وبالمرتبة الأخيرة الفقرة التي تنص على "تعرف المواطن بمفهوم الولاء والدفاع عن الوطن" بمتوسط حسابي (2.94) وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي **للمجال** "**دور إذاعة** "**هلا** " **في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية**" **ككل** (3.12) وبدرجة متوسطة.

تشير نتائج تحليل تعزيز قيم المواطنة والدفاع عن الوطن لمجالات الدراسة إلى أن عينة الدراسة من قادة الرأي لديها درجة رضا نوعا ما من أداء إذاعة هلا في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن وحب الوطن، كما أشارت النتيجة إلى أن الإشباعات المتحققة لديهم من إذاعة هلا تقترب من

درجة الرضا المتوسطة، هذا ما يدل على أن هنالك درجة إشباع ورضا غير مكتملة، حيث يرجع سبب عدم وجود درجة إشباع أو رضا عالية بين قادة الرأي إلى الأساليب التي تتبعها الإذاعة في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية، حيث حصلت أساليب اذاعة هلا في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن على المرتبة الأخيرة من بين مجالات الدراسة الأربعة، التي أجابت عليها عينة من قادة الرأي في الأردن.

بينما جاءت اسهامات الإذاعة في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن هذه بدرجة متوسطة وبنتائج متباينة نظراً لوجود تقصير واضح من قبل الإذاعة، ما بين التركيز على حب الوطن ضمن البرامج اليومية التي تبثها، وما بين تعريف المواطن بما هو حب الوطن والولاء له والدفاع عنه، في هذا الحال ستبقى هنالك حلقة مفرقة ما بين الإذاعة والمواطن المستمع للبرامج التي تركز على حب الوطن والدفاع عنه دون التركيز على ما هو حب الوطن، وما هي الألية التي تساهم في حب الوطن وكيفية الدفاع عنه في جميع الظروف والأحوال، كما أنه لا توجد أي فقرة من فقرات دور الإذاعة في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن بدرجة مرتفعة، هذا ما يدل على قصور واضح من قبل الإذاعة اتجاه تعريف الجمهور بها.

مناقشة نتائج السؤال الثاني للدراسة: ما الأساليب الإذاعية التي أسهمت في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والمواطنة؟

أظهرت النتائج أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (2.91–3.17)، حيث جاءت الفقرة التي تنص على أنها "تبث الأغاني التي تتغنى بالوطن وحب الوطن" والفقرة التي تنص على أنها "تستخدم موقع إلكتروني لبث المعلومات التي تعنى بتعزيز القيم الوطنية والدفاع عن الوطن" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.17) وبدرجة متوسطة، وبالمرتبة الأخيرة الفقرة التي تنص على

" اعداد تقارير توضح ايجابيات الدفاع عن الوطن والمواطنة" بمتوسط حسابي (2.91) وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي **للمجال** "**أساليب إذاعة** "**هلا** " **في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية**" **ككل** (3.09) وبدرجة متوسطة.

أشارت نتائج هذا المجال في سؤال سابق يقيس درجة المجالات لهذه الدراسة حيث حصل هذا المجال على أدنى مستوى لدى عينة الدراسة من بين مجالات الدراسة، حيث ظهر الأسلوب الأغلب في تعزيز المواطنة وحب الوطن على بث الأغاني التي تتغنى بالوطن وكذلك استخدام موقع إلكتروني لتعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والمواطنة، لكن هذا كما أشار السؤال السابق بعدم قيام إذاعة هلا بتعريف المواطن حب الوطن وقيمة الدفاع عنه، ما يبقي هذه الأساليب التي تتبعها إذاعة هلا في الدائرة الفارغة التي تتحدث عن الوطن وحبة دون تعريف المواطن أي شيء ما هو الوطن وما قيمة الدفاع عنه وحبه.

وللتأكد من أنه يجب التركيز على الأسلوب المتبع في الإذاعة لنشر معلومات وبرامج تساهم في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية وحب الوطن، حيث أظهرت نتائج دراسة حواتمة (2004)، في أن وسائل الإعلام تحقق التفاعل بينها وبين المتلقين من خلال تعرضهم لهذه الوسيلة، كما أن الدراسة توصلت –وهذه النقطة مهمة لوجوب تغيير الأسلوب المتبع من قبل إذاعة هلا– أن الاستخدام الصحيح لوسائل الإعلام يحقق دور إيجابي لخدمة مصلحة الوطن

مناقشة نتائج السؤال الثالث للدراسة: ما الإشباعات التي تحققت من خلال إذاعة "هلا" في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن؟

أظهرت نتائج التحليل أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (3.03–3.21)، حيث جاءت الفقرة التي تنص على أنها "تستخدم موقع إلكتروني لبث المعلومات التي تعنى بتعزيز القيم الوطنية

والدفاع عن الوطن " والفقرة التي تنص على "نشر تقارير عن المنجزات الوطنية في المجالات كافه " بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.21) وبدرجة متوسطة، وبالمرتبة الأخيرة الفقرة التي تنص على " اعداد تقارير توضح ايجابيات الدفاع عن الوطن والمواطنة " بمتوسط حسابي (3.03) وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي **للمجال "الإشباعات التي حققتها إذاعة هلا للجمهور الأردني في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن " ككل** (3.13) وبدرجة متوسطة.

تركزت الإشباعات لدى قادة الرأي في تحقيق قيمة الدفاع عن الوطن في أن إذاعة هلا تستخدم موقع إلكتروني لنشر معلومات لتعزيز قيمة الدفاع عن الوطن ونشر تقارير عن المنجزات الوطنية، ما يمكننا أن نعتبر هذا العمل بالإيجابي لكن أظهرت النتائج الإحصائية أن إذاعة هلا اغفلت أو تراخت عن نقطة مهمة في مجال تعزيز الدفاع عن الوطن وحب الوطن والمواطنة وهو عدم وجود تقارير تبث ايجابيات حب الوطن والدفاع عنه وايجابيات المواطنة وبفارق 0.19 من النقطة عنها وبين بث تقارير عن تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن، وهذا فارق كبير، مما يمكننا الاستنتاج من هذا الأمر أن المحتوى ليس مشبعاً كفاية لكي يستطيع من تحقيق الإشباعات لدى الجمهور، وهذا أيضاً يؤيد نتيجة ضعف الأسلوب المتبع من قبل الإذاعة في مجال تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن، وجاءت نتائج هذه الدراسة في هذا المجال متوافقة مع دراسة أبو ورده (2008)، أن المواقع الإلكترونية لها دور كبير في الاستقطاب السياسي بين الطلبة بنسبة (75%) من العينة، كما أن أغلب أفراد العينة وبنسبة كبيرة من ذكور وإناث يتابعون المواقع الإلكترونية، وهذا ما يشير إلا قدرة تأثير الموقع الإلكتروني على الجمهور الأردني إذا قامت إذاعة هلا باستغلال هذه الميزة نظراً لتوفر موقع إلكتروني مميز وأن أغلب افراد العينة من قادة الرأي يؤيدون استخدام الموقع الإلكتروني في نشر معلومات تعزز من قيمة الدفاع عن الوطن.

مناقشة نتائج السؤال الرابع للدراسة: ما درجة رضا قادة الرأي عن أداء إذاعة هلا في هذا المجال؟

أظهرت نتائج التحليل الاحصائي أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (3.03–3.30)، حيث جاءت الفقرة والتي تنص على "توجيه الإذاعة للمواطن لحب الوطن والدفاع عنه" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.30) وبدرجة متوسطة، وبالمرتبة الثانية الفقرة التي تنص على "مساهمة الإذاعة بتعزيز قيم المواطنة" وبمتوسط حسابي بلغ (3.19)، وبالمرتبة الأخيرة الفقرة التي تنص على "تغطية الإذاعة للأحداث التي تعزز من حب الوطن" بمتوسط حسابي (3.03) وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي **للمجال** "**درجة الرضا عن أداء إذاعة هلا في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن**" **ككل** (3.15) وبدرجة متوسطة.

أشارت نتائج الدراسة في تباين درجة الرضا ما بين قادة الرأي في المجتمع الأردني من مستمعي إذاعة هلا اف ام، حيث أظهرت النتائج أن الإذاعة تعمل على توجيه المواطن لحب الوطن والدفاع عنه وكذلك المساهمة في تعزيز قيم المواطنة، إلا أن درجة الرضا لم تكن كافية لقادة الرأي في تقديم الإذاعة لموضوع الدفاع عن الوطن، حيث حصلت الأحداث التي تساهم في حب الوطن على مرتبة متدنية من بين فقرات هذا المجال وبفارق كبير بلغ 0.28 من النقطة، ما يمكننا القول والإعادة عليه مجدداً أن على الإذاعة التركيز على أسلوب الانتقاء وطرح مواضيع تعزيز الدفاع عن الوطن وحب الوطن.

مناقشة نتائج السؤال الخامس للدراسة: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور إذاعة هلا في تعزيز القيم الوطنية تعزى لمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، الوظيفة) من وجهة نظر قادة الرأي؟

أظهرت نتائج هذا السؤال على وجود فروق ظاهرية بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة في، دور إذاعة هلا في تعزيز القيم الوطنية من وجهة نظر قادة الرأي تُعزى للمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب).

كما أظهرت نتائج التحليل عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في "دور إذاعة هلا في تعزيز القيم الوطنية من وجهة نظر قادة الرأي" تُعزى للمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب) حيث لم تصل قيمة "f" لمستوى الدلالة الإحصائية.

مناقشة نتائج السؤال السادس للدراسة: هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في اساليب اذاعة هلا في تقديم القيم من وجهة نظر المبحوثين تعزى لمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، الوظيفة)؟

أشارت نتائج الدراسة لوجود فروق ظاهرية بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة في، لأساليب اذاعة هلا في تقديم القيم من وجهة نظر المبحوثين تعزى لمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، الوظيفة)

كما أظهرت نتائج التحليل عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لأساليب اذاعة هلا في تقديم القيم من وجهة نظر المبحوثين تُعزى للمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، الوظيفة) حيث لم تصل قيمة "f" لمستوى الدلالة الإحصائية.

مناقشة نتائج السؤال السابع للدراسة: هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في تحديد الإشباعات من قبل اذاعة هلا لجمهورها من قادة الرأي تعزى لمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، الوظيفة)؟

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي ووجود فروق ظاهرية بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة في ، **تحديد الإشباعات من قبل اذاعة هلا لجمهورها من قادة الرأي** تعزى لمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، الوظيفة).

كما أظهرت نتائج التحليل عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) تحديد الإشباعات من قبل اذاعة هلا لجمهورها من قادة الرأي تُعزى للمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب) حيث لم تصل قيمة "f" لمستوى الدلالة الإحصائية.

نتائج مناقشة السؤال الثامن للدراسة: هل توجد فروق ذات دلالة احصائية بين قيم الوطنية التي تقدمها اذاعة هلا والاساليب التي تتبعها من وجهة نظر المبحوثين تعزى لمتغيرات (السن، والتحصيل العلمي، الوظيفة)؟

أشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ظاهرية بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة في ، لقيم الوطنية التي تقدمها اذاعة هلا والاساليب التي تتبعها من وجهة نظر المبحوثين تعزى لمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، الوظيفة).

كما أظهرت نتائج الدراسة لعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لقيم الوطنية التي تقدمها اذاعة هلا والاساليب التي تتبعها من وجهة نظر المبحوثين تُعزى للمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، الوظيفة) حيث لم تصل قيمة "f" لمستوى الدلالة الإحصائية.

توصيات الدراسة

في ضوء النتائج التي أسفرت عنها هذه الدراسة، يوصي الباحث بما يلي:

1. العمل على تحسين الأساليب المتبعة من قبل "إذاعة هلا اف ام" في مجال تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والمواطنة، والعمل على جعل هذه الأساليب أكثر جاذبية للمستمع من الجمهور الأردني.
2. التركيز على تعريف المواطن بمفاهيم الولاء والانتماء وحب الوطن والدفاع عنه والمواطنة.
3. العمل على نقل الأحداث ذات العلاقة بالمواطنة والدفاع عن الوطن وحب الوطن.
4. تطوير آلية لعمل الموقع الإلكتروني التابع لإذاعة هلا والعمل على نشر جميع النشاطات ذات العلاقة بتعزيز قيم المواطنة وحب الوطن والدفاع عنة والتركيز عليها بأسلوب مشوق يعمل على جذب المتابع.
5. الابتعاد عن الأساليب التنظيرية في بث المعلومة التي تخص موضوع حب الوطن والدفاع عنه والمواطنة، وبث معلومات تساهم في جعل المتابع يهتم لهذه المواضيع ويقوم بمتابعتها والبحث عنها.

6. في ظل الأوضاع الراهنة في المنطقة وما يواجهه الأردن من تحديات ومخاطر، يجب على إدارة إذاعة هلا العمل على إعداد خطة برامجية ذات جدوى موجهه للمواطنين، تعنى بالعمل على مفهوم تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن وحب الوطن.

7. اشراك المواطنين بالبرامج التي تتحدث عن الوطن وحب الوطن.

8. أن تقوم إذاعة هلا بالتوضيح للجمهور ماذا تعني المواطنة وكيف تكون المواطنة، لما للمواطنة من دور كبير في المحافظة على البلد، إذا تمكن أفراد مجتمع ما من فهمة فهما صحيحا .

المصادر والمراجع

المراجع العربية:

1 -أبو ورده، أمين (2008). **أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية على التوجيه والانتماء السياسي: طلبة جامعة النجاح انموذجا**، رسالة ماجستير غير منشورة، فلسطين: جامعة النجاح الوطنية، فلسطين.

2 -إمام، إبراهيم إمام (1998)، **الإعلام الإذاعي والتلفزيوني**، القاهرة: دار الفكر العربي.

3 -بريك، خديجة (2009). **جمهور البرامج الوثائقية في القنوات الفضائية دراسة في الاستخدامات والإشباع**، رسالة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، الجزائر.

4 -بن تركي، أسماء (2013). **النظام السياسي الجزائري ودورة في تفعيل قيم المواطنة والانتماء لدى الشباب**، رسالة دكتوراه غير منشورة، الجزائر: جامعة محمد خضير بسكرة، كلية العلوم الإنسانية.

5 -بن سعيد، أحمد بن راشد، (2003) **دراسة في لغة الاتصال السياسي ورموزه**، مجلة عالم الفكر العدد1، المجلد 132.

6 -بن عودة، العربي (2006). **اسهام وسائل الإعلام في ترقية المجتمع**، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر: جامعة وهران، كلية العلوم السياسية والإعلام.

7 -البياضي، عبد القادر البياضي (2013). **دور الإعلام الفلسطيني في دعم حقوق المرأة الفلسطينية**، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، عمان الأردن.

8 التميمي، ندى (2009). **استخدامات الشباب الجامعي الأردني لإذاعات الـ FM والإشباعات المتحققة منها**، رسالة ماجستير غير منشورة، الأردن: جامعة الشرق الأوسط، عمان.

9 تيتي، حنان(2014). **دور وسائل الإعلام في تفعيل قيم المواطنة لدى الرأي العام**، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر: جامعة محمد خضير بسكرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية.

10 – جرار، أماني غازي (2011). **المواطنة العالمية**، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.

11 – جوادي، إبراهيم (2014). **دور الإعلام الرياضي في ترقية الروح الوطنية لدى الجمهور الرياضي الجزائري**. مجلة العلوم وتقنيات الأنشطة البدنية و الرياضية (8). 8_12.

12 – حجاب، محمد منير (2003). **الموسوعة الإعلامية**، القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع.

13 – حجاب، محمد منير (2003). **الموسوعة الإعلامية**، مجلد 3، مصر: دار الغجر للنشر والتوزيع.

14 – حجاب، محمد منير حجاب (2010). **نظريات الاتصال**، ط1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

15 - حربي، محمد بن بادي رشيد (2013). **الصحف الالكترونية القبلية وتوافقها مع توجهات الوحدة الوطنية في المجتمع السعودي (دراسة تحليلية لمحتوى الصحف الالكترونية القبلية).** (أطروحة دكتوراه غير منشورة) جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، للمملكة العربية السعودية.

16 - حسين، ماجي ومحمد، مهنى (1999). **مقدمة في الفنون الإذاعية والسمع بصرية**، مصر: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.

17 - حمايل، عبد احمد يوسف (2011). **اثر إذاعة امن اف ام في تعزيز الانتماء الوطني لدى الطلبة الجامعيين-جامعة الشرق الأوسط أنموذجا.** (رسالة ماجستير غير منشورة)، الأردن: عمان، جامعة الشرق الأوسط،.

18 - الحميدات، فايز محمد علي (2013) . **الإعلام السياحي في الأردن "إذاعة سياحية FM" نموذجا.** (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، عمان الأردن.

19 حوات، محمد علي، (2002)، **العرب والعولمة.. شجون الحاضر وغموض المستقبل،** القاهرة: مكتبة مدبولي.

20 - دعبس، محمد يسري (1999). **الاتصال الإنساني: رؤية في انثروبولوجيا الاتصال،** مصر: البياض للنشر والتوزيع.

21 الدليمي، عبد الرزاق، (2012)، **وسائل الإعلام والطفل،** عمان: دار المسيرة للطباعة والنشر والتوزيع.

22 - رضا، عدلي سيد محمد (د.ت). **البناء الدرامي في الراديو والتلفزيون**، مصر: دار الفكر العربي.

23 - رقاد، أبو عواد (1996). **مدخل إلى الإعلام العسكري في القوات المسلحة الأردنية**، عمان: مديرية التوجيه المعنوي.

24 - روجر، إفريت (1962). **الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر**، القاهرة: عالم الكتب.

25 - رويس، عبلة (2010). **تجربة الإذاعات المجتمعية الأردنية في تنمية المجتمع المحلي دراسة حالة: نادي مستمعي راديو البلد**، رسالة ماجستير غير منشورة، الأردن: جامعة الشرق الأوسط، عمان.

26 - الزبيدي، منذر صالح جاسم، (2013). **دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي**، ط1، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.

27 - زكريا، محمد ،(2002)، **القنوات الفضائية والقيم الاجتماعية**، القاهرة: مركز الإسكندرية للكتاب.

28 - زهران، حامد زهران (2005). **علم نفس النمو الطفولة والمراهقة**، القاهرة: عالم الكتب.

29 - سعد الدين، هبة فيصل (2013). **القيم الوطنية في محتوى مناهج الدراسات الاجتماعية لمرحلة التعليم الأساسي في سورية "دراسة تحليلية"**، مجلة الآداب، 16 739 _762.

30 - الشريف، سامي (2003)، **دور الإعلام في التنمية الثقافية للمجتمعات النامية،** مجلة الفن الاذاعي العدد 173.

31 - شقير، بارعة حمزة، (2002)، **تأثير التعرض للدراما الأجنبية في القنوات الفضائية على إدراك الشباب اللبناني للواقع الاجتماعي،** رسالة دكتورة غير منشورة جامعة القاهرة، مصر.

32 - شلبي، محمد الفهري (1999). **مستقبل الإذاعة على شاشة الراديو، مجلة اتحاد الإذاعات العربية،** العدد2، تونس: اتحاد الإذاعات العربية.

33 - الصباغ، بسام (2000)، **المجلس الأعلى للشباب الاستراتيجية الوطنية الأردنية للشباب في الأردن الدعوة والدعاة بين الواقع والهدف،** دمشق: دار الإيمان.

34 - الطاهر، نعيم وتيم، عبد الجابر (2001). **وسائل الاتصال السياحي،** ط1، الأردن: دار اليازوري للنشر والتوزيع.

35 - عبد المعطي، عبد الباسط، (1990). **البحث الاجتماعي: محاولة نحو رؤية نقدية لمنهجه وأبعاده،** القاهرة: دار المعرفة الجامعية.

36 - العبد، عاطف عدلي العبد، نهى عدلي العبد (2008). **نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية،** القاهرة: دار الفكر العربي.

37 - العبد، عاطف عدلي (1997). **مدخل إلى الاتصال والرأي العام: الأسس النظرية والإسهامات العربية،** القاهرة: دار الفكر العربي.

38 - عبدالحميد، محمد عبدالحميد (2004). **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، ط3، القاهرة: عالم الكتب.

39 - عبده، عزيزة (2004)، **الإعلام السياسي والرأي العام: دراسة في ترتيب الأولويات**، ط1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

40 - عبده، عزيزة، (2004). **الإعلام السياسي والرأي العام (دراسة في ترتيب الأولويات)**، ط 1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

41 - العبدي، صونيا (2008). **المجتمع المدني .. المواطنة والديمقراطية**، مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد2-3.

42 - العقاد، ليلى، (2000) **مدخل إلى نظريات الاتصال ووسائله**، ط 2، ط دمشق: منشورات جامعة دمشق.

43 - علي، طارق فتحي معوض (2012).**استخدامات طلاب الجامعات للبرامج الثقافية في الإذاعة المصرية و الإشباعات تحققها لهم**. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة عين شمس، القاهرة، جمهورية مصر العربية .

44 - عمارة، نائلة إبراهيم (1998). **دوافع استخدام المصريين المغتربين لوسائل الإعلام الوطنية والأجنبية والإشباعات المتحققة**، مجلة كلية الآداب، جامعة الزقازيق العدد22.

45 - عمر، السيد احمد مصطفى (2008). **البحث العلمي مفهومه إجراءاته ومناهجه**، الكويت: مكتبة الفلاح.

46 - عمر، السيد أحمد مصطفى، (2002) **الإعلام المتخصص (دراسة وتطبيق)**، ط2، الشارقة: مكتبة الجامعة.

47 - فدوار، تسعديت (2011). **أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة وجمهورها- دراسة مسحية في الاستخدامات والإشباعات لدى الشباب**، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر: جامعة الجزائر3.

48 - فلحوط، صابر والتجاري، محمد (1999). **العولمة والتبادل الإعلامي الدولي**، دمشق: دار علاء الدين.

49 - القليني، السمري (1993)، **إنتاج البرامج للراديو والتلفزيون**، القاهرة: دار النيل للنشر والتوزيع.

50 - كنزة، عيشور (2012). **دور الإذاعة المحلية في نشر ثقة المواطنة لدى المرأة الجزائرية العاملة**، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر: جامعة محمد خضير بسكرة، كلية العلوم الإنسانية.

51 - الكيالي، عبد الوهاب، (1997). **موسوعة السياسة**، بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر.

52 - اللحياني خضر، (2008)، **أثر الفضائيات على المراهقين في المملكة العربية السعودية**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم القرى، مكة، السعودية.

53 - لعبان، عزيز (2003). **مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال: التعريف بوسائل الاتصال الجماهيرية**، الوسيط في الدراسات الإعلامية، الجزء الثالث، الجزائر: دار هومة للنشر والتوزيع.

54 - الليمون، عبدالله (2014). **اتجاهات المواطن الأردني إزاء الإعلام الأمني التابع لجهاز الأمن العام :إذاعة أمن اف ام نموذجا**، رسالة ماجستير غير منشورة، الأردن: عمان، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط.

55 - مجاهد، جمال (2009). **مدخل إلى الاتصال الجماهيري**، مصر: دار المعرفة الجامعية.

56 - مجاهد، جمال (2011). **الرأي العام وقياسه**، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع.

57 - محمود، إسماعيل محمود (2003) **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**، ط1، القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع.

58 - المساري، حميد (2015). **دور الفضائيات العراقية في تدعيم اتجاهات الجمهور نحو الأزمات الأمنية من وجهة نظر قادة الرأي في بغداد**، رسالة ماجستير غير منشورة، الأردن: جامعة الشرق الأوسط، عمان.

59 - المشاقبة، بسام عبدالرحمن، (2011). **نظريات الإعلام**، ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.

60 - مصطفى، إبراهيم وهارون، عبد السلام محمد (2006). **المعجم الوسيط**، ط2 القاهرة: مجمع اللغة العربية.

61 - المطيري، لافي سعيد (2009). **دور برامج الإذاعة المدرسية في تعزيز قيم الانتماء الوطني**. (رسالة ماجستير غير منشورة) جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية الرياض، المملكة العربية السعودية .

62 - مكاوي، السيد، حسن مكاوي، ليلى السيد (1998). **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط4، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

63 - مكاوي، حسن عماد، (2005) **الإعلام ومعالجة الأزمات**، ط1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

64 - ملفين. ديفلير وساندرا بول، روكيتش (1993)، **نظريات وسائل الإعلام**. ترجمة: كمال عبدالرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع للطباعة والنشر.

65 - نصرالله، صائب وليد حسن (2014). **دور البرامج السياسية في التلفزيون الفلسطيني في تعزيز الوحدة الوطنية الفلسطينية من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية، جامعة بيرزيت أنموذجا**. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة البتراء عمان، الأردن.

66 - الهاشمي، لوكيا ونصر الدين، جابر (2003). **مفاهيم أساسية في علم النفس الاجتماعي**، الجزائر: جامعة قسنطينة، مخبر التطبيقات النفسية والتربوية.

67 - الهاشمي، مجد، (2009) **الإعلام الدبلوماسي والسياسي**، ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

68 -وسام نصر،" **أجندة اهتمامات المواقع الالكترونية للجهات المعنية بشئون المرأة المصرية- دراسة مقارنة**"، المجلد التاسع، العدد الثاني، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام،(جامعة القاهرة :كلية الإعلام، يوليو-ديسمبر) 2003 .

المراجع الأجنبية

1. AddieBrenda and Nelson Anitra (2005). **National identity in Australian documentaries** ،Metro ،No 143.

2. Berry, L. (2003) **Developing Children and Multicultural Attitudes: The Systemic Psychosocial Influences of Television Portrayals in a Multimedia Society**. Cultural Diversity & Ethnic Minority Psychology, v9 n4 p60- 360Nov.

3. Bottomore, T.B.(1964). **Elites and Society**. New York: Basic Books.

4. Brian McNair .(2003), **An introduction to Political Communication**. (London:Ed Routeledge).

5. Carlton, E.(1996). **The Few and the Many A Typology of Elites**. New York: Scolar Press.

6. Colin, Fraser, and Estrada, Restrepo (2001), **Community Radio Hand book**, UNESCO.

7. Dan Nimmon and k .r sanders.(1981), **handbook of political communication**، beverly hilles: sage.

8. James، Roas،(2002)، **The effect of mas communication on political behaviors and a ttitudes for a dolescent، educational eview**.

9. Klapper, J.L.(1961). **The Effects of Mass Communication**. Vol. 25, No. 2 (Summer, 1961), Oxford University Press.

10. Lanara, Zon (2002). **Public Service Broadcasting**, Greece, The ophile Prin works.

11. Lippmann, W.(1922). **Public Opinion**. New York: Free Press.

12. M Sehudson, political. (1989). **communication: history international encyclopedia**, **of communication**, vol3, new york: Oxford university press.

13. MC Combs Mascwell & Weaver David, **Contemporary Public Opinion: Issues and News**, **New Jersey**, London, Laurence Eirbaum., Associate publishers, 1991.

14. Michael J. Muin: **Agenda-Setting Theory and the Role of the Media in Shaping Public Opinion for the Iraq War**, a research paper in partial fulfillment

of the requirements for the degree of Master of Arts,(University of Central Missouri: Department of Communication, April, 2011).

15. Maxwell E. McCombs, Donald L. Shaw, **The evolution of Agenda Setting Research: Twenty-Five years in the Market Place of Ideas**, Journal Communication, Vol. 43, No. 2, Spring 1993.
16. Morgan, M. (2009). **Cultivation analysis and media effects.** The SAGE Handbook of Media Processes and Effects.
17. Patil (2010).**The role of Community –Radio in The development of the rural poor**.
18. Signorielli, N.& Morgan, M.,(1995). **Television and its viewers: Cultivation theory research.** Newbury Par,. Canada.
19. Tor, Patrick (2006). **Community Radio for Development – The Word and Africa**, Nairobi, Pauline's Publications Africa.

المـلاحق

ملحق (1)

أعضاء لجنة التحكيم

الرقم	الاسم	الرتبة	التخصص	الجامعة
1	**أ.د عزت حجاب**	أستاذ	أعلام	الشرق الأوسط
2	**أ.د عبدالرزاق الدليمي**	أستاذ	دعاية إعلامية	البترا
3	**أ.د عبدالجبار البياتي**	أستاذ	مناهج بحث	الشرق الأوسط
4	**أ.د غازي خليفة**	أستاذ	مناهج بحث	الشرق الأوسط
5	**أ.دعبد الحافظ سلامة**	أستاذ	تكنولوجيا التعليم	الشرق الأوسط
6	**أ.د تيسير أبو عرجه**	أستاذ	صحافة	البترا
7	**أ.د حميدة سميسم**	أستاذ	إعلام ورأي عام	الشرق الأوسط
8	**د. صباح ياسين**	أ . مساعد	صحافة	الشرق الأوسط
9	**د. خلف الطاهات**	أ . مساعد	صحافة	اليرموك
10	**د.عبدالكريم الدبيسي**	أ . مشارك	إعلام	البترا
11	**د.نسرين عبدالله**	أ . مساعد	صحافة	البترا

ملحق (2)

الاستبانة



بسم الله الرحمن الرحيم

الأساتذة الأفاضل قادة الرأي في المملكة الأردنية الهاشمية المحترمين ،،،،،

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته ،،،

يقوم الباحث بإعداد رسالة ماجستير بعنوان "تقييم قادة الرأي في الأردن لدور إذاعة "هلا" في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن"، وهذه الرسالة من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام من كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط في عمان بإشراف د. كامل خورشيد .

أرجو التكرم باقتطاع جزء بسيط من وقتكم الثمين للإجابة على فقرات الاستبانة نظراً لما يمثله رأيكم السديد من قيمة جوهرية لهذا الموضوع، وبهدف ترصين النتائج العلمية للرسالة.

أود التأكيد لحضراتكم بان البيانات والإجابات، التي هي محل تقدير الباحث، لن تستخدم إلا للأغراض العلمية ولأهداف هذه الرسالة فقط ،، وفقكم الله لما فيه الخير والصلاح.

الطالب :سيف الله علي ابو حواء الشرمان

المعلومات الديموغرافية:

- **الـسـن** □ **اقل من 30 سنة.**

  □ **من 31 إلى اقل من 40 سنة.**

  □ **من 40 إلى اقل من 50 سنة.**

  □ **من 50 إلى اقل من 60 سنة.**

  □ **من 60 سنة فأكثر.**

- **التحصيل العلمي** □ **ثانوية عامة.**

  (أخر شهادة) □ **دبلوم بعد الثانوية.**

  □ **بكالوريوس.**

  □ **دبلوم عالي بعد البكالوريوس.**

  □ **ماجستير.**

  □ **دكتوراه.**

- **المنصب أو الوظيفة الحالية (** تذكر لطفاً__________ **).**

أسئلة الاستبانة

يرجى التكرم باختيار الإجابة التي تناسب رأيكم لطفا.

المجال الأول: دور إذاعة "هلا " في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية.

تساهم إذاعة "هلا" في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية وكما يلي:

ت	الفقرات	درجة المساهمة				
		بدرجة كبيرة جداً	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة منخفضة	منخفضة جداً
1	تبث برامج يومية لرفع الروح الوطنية					
2	تركز على حب الوطن ضمن برامجها اليومية					
3	تعرف المواطن بمفهوم الولاء والدفاع عن الوطن					
4	تبث مواضيع دورية لتوجيه المواطن للدفاع عن الوطن.					
5	تعريف المواطن بمقومات الوحدة الوطنية					
6	تساهم في تحقيق الأمن والاستقرار في الوطن					
7	تنمي الشعور بأهمية المصلحة العامة وتفضيلها على المصلحة الخاصة					
8	تتابع هموم الوطن والمواطن					
9	تعمل على نشر الحقيقة بهدف القضاء على المعلومات الخاطئة والشائعات الضارة					

					تولي أهمية المحافظة على الممتلكات العامة ومنع العبث بها أهمية خاصة	10
					التعريف بحقوق المواطن وواجباته	11
					المساهمة إيجابياً في الإقبال على المنتجات الوطنية	12
					تعرف المواطن بالهوية الوطنية من خلال بث التراث الوطني والقيم الصحيحة	13
					تعزز أهمية التواصل بين أفراد المجتمع	14
					تظهر قيم الإسلام ووسطيته وحب التسامح بين الأفراد	15
					تعرف بعناصر ومقومات الوحدة الوطنية	16
					تعرف المواطن بالمناطق الجغرافية في الوطن	17
					تعرف المواطن بمكانة الأردن على الساحة العربية والعالمية	18
					تدعو للمحافظة على المعالم الأثرية	19
					تعرف المواطن بأهم الانجازات الوطنية	20
					تعرف المواطن بعلماء الوطن ومفكريه	21
					تعرف المواطن بالدور الحيوي للأردن في المنطقة والعالم	22
					تعريفهم بالمظاهر والسلوكيات الخاطئة وسبل معالجتها	23

المجال الثاني: أساليب إذاعة "هلا " في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية.						
ت	الفقـرات	درجة المساهمة				
		بدرجة كبيرة جداً	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة منخفضة	منخفضة جداً
24	تبث الأغاني التي تتغنى بالوطن وحب الوطن					
25	تستخدم موقع إلكتروني لبث المعلومات التي تعنى بتعزيز القيم الوطنية والدفاع عن الوطن					
26	إعداد برامج عن المواطنة والوطن والدفاع بمشاركة المواطنين					
27	تبث برامج من الشارع الأردني مهمتها تثقيف المواطنين بالولاء والدفاع عن الوطن والمواطنة					
28	اعداد تقارير توضح ايجابيات الدفاع عن الوطن والمواطنة					
29	نشر تقارير عن المنجزات الوطنية في المجالات كافه					

المجال الثالث: الإشباعات التي حققتها إذاعة هلا للجمهور الأردني في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن

ت	الفقرات	درجة المساهمة بدرجة كبيرة جداً	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة منخفضة	منخفضة جداً
30	تعزيز حب الوطن والدفاع عنه					
31	المحافظة على الوطن وأمنه وممتلكاته					
32	ترسيخ قيم المحبة الحب والمودة بين أفراد المجتمع					
33	تعريف المواطن بموضوعات تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والمواطنة					
34	نشر الأخبار التي تعنى بتوجيه وإرشاد المواطن					
35	نشر مظاهر الانتماء الوطني					

المجال الرابع: درجة الرضا عن أداء إذاعة هلا في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن

ت	الفقـرات يرجى التكرم بتحديد درجة الرضا عن ما يلي :	درجة المساهمة				
		بدرجة كبيرة جداً	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة منخفضة	منخفضة جداً
36	دور الإذاعة في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن					
37	توجيه الإذاعة المواطن لحب الوطن والدفاع عنه					
38	مساهمة الإذاعة بتعزيز قيم المواطنة					
39	تغطية الإذاعة للأحداث التي تعزز من حب الوطن					
40	نشر قيم الانتماء الوطني					